

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
імені Ігоря Сікорського»

Затверджую  
Голова Вченої ради



КПІ ім. Ігоря Сікорського

М.З. Згуровський

квітня 2018 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ  
(IndustrialMarketing)**

**Другий (магістерський) рівень вищої освіти**

за спеціальністю	075 Маркетинг
галузі знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація	магістр маркетингу

Ухвалено на засіданні Вченої ради  
університету від «02» квітня 2018 р.  
протокол № 4

КПІ ім. Ігоря Сікорського  
Київ – 2018

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою:

Голова робочої групи

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,  
завідувач кафедри промислового маркетингу



Члени робочої групи:

Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор,  
професор кафедри промислового маркетингу

Кубишина Надія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри  
промислового маркетингу

Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, старший викладач  
кафедри промислового маркетингу



Завідувач кафедри промислового маркетингу

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,  
завідувач кафедри промислового маркетингу



Голова науково-методичної підкомісії зі спеціальності

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор,  
завідувач кафедри промислового маркетингу




Освітня програма розглянута й ухвалена Методичною радою університету

(протокол № 7 від « 29 » 03 2018 р.)

Голова Методичної ради

 Ю.І. Якименко

Вчений секретар Методичної ради

 В.П. Головенкін

## ЗМІСТ

1.	Профіль освітньої програми	4
2.	Перелік компонент освітньої програми	10
3.	Структурно-логічна схема освітньої програми	12
4.	Форма атестації здобувачів вищої освіти	12
5.	Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми	13
6.	Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми	14

**1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
за спеціалізацією «Промисловий маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та інституту/факультету	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», факультет менеджменту та маркетингу, кафедра промислового маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – магістр Кваліфікація – магістр з маркетингу
Рівень з НРК	НРК України – 8 рівень
Офіційна назва освітньої програми	Промисловий маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів, термін навчання 1 рік, 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, серія НД № 1192610, виданий Міністерством освіти і науки України, термін дії: до 01.06.2021 р.
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	<a href="http://marketing.kpi.ua">http://marketing.kpi.ua</a>
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівця, здатного вирішувати складні задачі і проблеми у галузі маркетингу та здійснювати інноваційну професійну діяльність.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування, спеціальність: 075 «Маркетинг» спеціалізація: Промисловий маркетинг

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Управління маркетинговою діяльністю на промисловому ринку Ключові слова: маркетинг, промисловість, управління маркетингом, промислові інновації, ринок
Особливості програми:	Без особливостей
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування за ДК 1233 Керівник підрозділу маркетингу (директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу)) 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу  Професійна сертифікація за результатами навчання не передбачається
Подальше навчання	Можливість продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Лекції, практичні та семінарські заняття, виконання розрахункових робіт та написання рефератів, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику, курсові роботи, окремі елементи змішаного навчання, переддипломна практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дисертаційного дослідження, виконання дипломної роботи (магістерської дисертації)
Оцінювання	Рейтингова система оцінювання, усні та письмові екзамени, заліки, окреме оцінювання курсових робіт, тестування, семестрові атестації, захист дипломної роботи
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК 1	Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.
ЗК 2	Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.
ЗК 3	Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 4	Здатність інтегрувати знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.
ЗК 5	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.
ЗК 6	Здатність до абстрактного мислення, дослідження проблем із використанням методів аналізу та синтезу та інших методів пізнання, постановки цілей, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.
ЗК 7	Здатність аналізувати, верифікувати, оцінювати повноту інформації (в різних галузях знання) в ході професійної діяльності, доповнювати і синтезувати відсутню інформацію та працювати в умовах невизначеності
ЗК 8	Здатність вчитися, здобувати нові знання, уміння, самостійного освоєння нових методів дослідження, у тому числі в галузі, відмінної від професійної, удосконалювати свій інтелектуальний та культурний рівень
ЗК 9	Здатність критично оцінювати й переосмислювати накопичений досвід (власний і чужий), аналізувати свою професійну й соціальну діяльність
ЗК 10	Здатність передавати знання з фаху, сприяти навчанню членів проектної команди
ЗК 11	Здатність до командної роботи
ЗК 12	Здатність планувати, грамотно будувати та управляти багатобічною або індивідуальною комунікацією у тому числі і міжкультурною), виходячи із цілей і ситуації спілкування
ЗК 13	Здатність відповідально приймати управлінські рішення з урахуванням правових норм, соціальних і етичних цінностей, оцінювати їх наслідки і брати відповідальність за результати діяльності своєї та команди
ЗК 14	Здатність усвідомлювати, урахувувати та використовувати соціальні та мультикультурні розходження при прийнятті рішень в професійній діяльності
ЗК 15	Здатність орієнтуватися в системі загальнолюдських цінностей і цінностей світової й вітчизняної культури, розуміти значення гуманістичних цінностей для збереження й розвитку сучасної цивілізації
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	
ФК 1	Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу.
ФК 2	Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.
ФК 3	Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
ФК 4	Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового

	суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків.
ФК 5	Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.
ФК 6	Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
ФК 7	Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.
ФК 8	Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу.
<b>Унікальні компетентності ОП «Промисловий маркетинг»</b>	
ФК 1.1	Здатність прогнозувати попит на продукцію промислового призначення, в тому числі інноваційну, аналізувати та моделювати кон'юнктуру промислових ринків та прогнозувати напрями їх розвитку
ФК 1.2	Здатність розраховувати витрати на провадження маркетингової діяльності, прогнозувати її результати, ефективність та термін окупності маркетингових заходів
ФК 1.3	Здатність формувати систему показників маркетингової діяльності, враховуючи міжорганізаційні зв'язки, для оцінювання її ефективності, контролю поточного стану та прогнозування можливих змін
ФК 1.4	Здатність управляти системою маркетингової діяльності підприємства
ФК 1.5	Здатність складати управлінську документацію (аналітичні звіти, кошториси, плани тощо) і готувати звітність за установленними формами
ФК 1.6	Здатність організовувати та забезпечувати високу ефективність служби маркетингу підприємства
<b>7 – програмні результати навчання</b>	
<b>ЗНАННЯ</b>	
ЗН 1	Знання теорій найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу
ЗН 2	знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності
ЗН 3	Знання сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень
ЗН 4	Знання щодо особливостей маркетингової діяльності на промислових ринках, різних за природою споживчої поведінки, категоріями споживачів, особливостями продукції, конкурентною ситуацією тощо
ЗН 5	Знання щодо сукупності маркетингових стратегій, особливостей їх застосування на промисловому ринку та їх

	внутрішнього взаємозв'язку
ЗН 6	Знання щодо методів, методик та підходів до оцінювання маркетингової діяльності, особливостей побудови системи показників маркетингової діяльності на різних типах промислових ринків відповідно до особливостей ринкового середовища
ЗН 7	Знання джерел, методик, особливостей пошуку та обробки маркетингової інформації на промисловому ринку, зв'язок останньої із інформаційною системою підприємства в цілому
ЗН 8	Знання особливостей управління комунікаціями в проектній групі, постановки завдань, алгоритмів, методів вироблення командних рішень
ЗН 9	Знання методів, методик та підходів до формування кошторису витрат на маркетингову діяльність на промисловому ринку
ЗН 10	Знання особливостей та правил побудови служби маркетингу на підприємстві
<b>УМІННЯ</b>	
УМ 1	Розуміння змісту наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.
УМ 2	Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.
УМ 3	Розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.
УМ 4	Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.
УМ 5	Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.
УМ 6	Використання методів міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
УМ 7	Розв'язання складних маркетингових проблеми і вирішення задач в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.
УМ 8	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
УМ 9	Діагностування та стратегічного й оперативного управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
УМ 10	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та



	показники її оцінювання.
УМ 11	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
УМ 12	Визначати маркетингові можливості підприємства в межах промислових ринків (сукупності ринків) в умовах динамічного маркетингового середовища
УМ 13	Використовувати прогресивні інформаційні технології та програмні системи в процесі обробки маркетингової інформації
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
Кадрове забезпечення	Відповідно до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня ВО (додаток 12 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 13 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додатки 14 та 15 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
Національна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про академічну мобільність та про подвійне дипломування
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою передбачена можливість укладання угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ К1), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають включене навчання студентів
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе викладання іноземною мовою

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/курсів роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>1. Цикл загальної підготовки</b>			
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ЗО 1	Інтелектуальна власність та патентознавство	3	Залік
ЗО 2	Товарно інноваційна політика	4	Екзамен
ЗО 3	Діджитал стратегії	3	Залік
ЗО 4	Інноваційний розвиток підприємства	3	Екзамен
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ЗВ 1	Навчальна дисципліна з проблем сталого розвитку	2	Залік
ЗВ 2	Практикум з іншомовного професійного спілкування	3	Залік
ЗВ 3	Навчальна дисципліна з педагогіки	2	Залік
ЗВ 4	Навчальна дисципліна з менеджменту (інноваційний менеджмент, дисципліна з розробки стартап-проектів та інше)	3	Залік
ЗВ 5	Основи наукових досліджень в економіці	2	Залік
ЗВ 6	Науково-дослідна робота за темою магістерської дисертації	2	Залік
ЗВ 7	Переддипломна практика	14	Залік
ЗВ 8	Підготовка магістерської дисертації та захист	16	
<b>2. Цикл професійної підготовки</b>			
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ПО 1	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен
ПО 2	Поведінка споживачів на промисловому ринку	4	Екзамен

1	2	3	4
ПО 3	Маркетинговий менеджмент	5	Екзамен
ПО 4	Рекламний менеджмент	5	Екзамен
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ПВ 1	Навчальна дисципліна з маркетингових каналів розподілу (Маркетингова політика розподілу, Логістичний менеджмент, Комерційна діяльність посередницьких підприємств)	4,5	Залік
ПВ 2	Навчальна дисципліна з математичного обґрунтування маркетингових рішень (Методи прийняття рішень в маркетингу, Бізнес-прогнозування, Економічного обґрунтування проектних рішень)	3,5	Залік
ПВ 3	Навчальна дисципліна з поведінки споживачів (Дослідження споживчих мотивацій, Маркетингові дослідження поведінки споживачів)	3	Залік
ПВ 4	Навчальна дисципліна з управління маркетингом (Бренд-менеджмент, Категорійний менеджмент)	3	Залік
Загальний обсяг <b>циклу загальної підготовки:</b>		57	
Загальний обсяг <b>циклу професійної підготовки:</b>		33	
Загальний обсяг <b>обов'язкових компонент:</b>		32	
Загальний обсяг <b>вибіркових компонент:</b>		58	
у тому числі за вибором студентів:		58	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>90</b>	



Впускна атестація здійснюється відкрито і публічно.

## 5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ЗВ 1	ЗВ 2	ЗВ 3	ЗВ 4	ЗВ 5	ЗВ 6	ЗВ 7	ЗВ 8	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПВ 1	ПВ 2	ПВ 3	ПВ 4
ЗК 1		+	+	+	+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+
ЗК 2		+	+	+				+								+				+
ЗК 3								+					+		+	+				+
ЗК 4									+									+		
ЗК 5					+		+													
ЗК 6									+	+										+
ЗК 7									+									+		
ЗК 8	+						+	+	+		+									
ЗК 9							+		+		+									
ЗК 10							+													
ЗК 11											+									
ЗК 12						+														
ЗК 13													+		+					
ЗК 14													+		+					
ЗК 15							+													
ФК 1																		+		
ФК 2											+									
ФК 3																+				
ФК 4		+	+	+									+		+	+	+			+
ФК 5		+	+	+									+		+	+	+			+
ФК 6		+	+	+									+		+	+	+			+
ФК 7		+	+	+												+				+

	301	302	303	304	3В1	3В2	3В3	3В4	3В5	3В6	3В7	3В8	ПО1	ПО2	ПО3	ПО4	ПВ1	ПВ2	ПВ3	ПВ4	
ФК 8										+											
ФК 1.1														+					+	+	
ФК 1.2															+						
ФК 1.3															+						
ФК 1.4															+						
ФК 1.5												+									
ФК 1.6															+						

## **6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

	301	302	303	304	3В1	3В2	3В3	3В4	3В5	3В6	3В7	3В8	ПО1	ПО2	ПО3	ПО4	ПВ1	ПВ2	ПВ3	ПВ4	
ЗН1			+							+	+		+					+			
ЗН2	+	+			+								+		+	+					+
ЗН3				+								+						+			
ЗН4				+										+			+		+		
ЗН5													+								
ЗН6															+						
ЗН7	+						+		+						+						
ЗН8						+															
ЗН9													+								

	30 1	30 2	30 3	30 4	3B 1	3B 2	3B 3	3B 4	3B 5	3B 6	3B 7	3B 8	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПВ 1	ПВ 2	ПВ 3	ПВ 4	
3H10															+						
УМ 1	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
УМ 2										+	+	+								+	
УМ 3		+	+								+		+			+	+				+
УМ 4											+	+									
УМ 5															+						
УМ 6						+	+														
УМ 7				+	+				+										+		
УМ 8		+	+							+	+	+	+	+	+	+					+
УМ 9															+						
УМ 10				+											+						
УМ 11				+	+									+							
УМ 12	+	+	+	+				+		+	+	+	+	+		+	+			+	+
УМ 13	+	+	+							+		+	+			+	+	+		+	+