

ПРОЕКТ

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

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
(протокол № __ від «__» _____ 20__ р.)

Голова Вченої ради

_____ Михайло ІЛЬЧЕНКО

**ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ
(Industrial Marketing)**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

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

Введено в дію з / навч року

Наказом ректора

КПІ ім. Ігоря Сікорського

від «__» _____ 20__ р.

№ _____

ПРЕАМБУЛА

РОЗРОБЛЕНО проектною групою:

Керівник проектної групи

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

Члени проектної групи:

Лилик Ірина Вікторівна, президент ГО «Українська асоціація маркетингу» _____

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

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

Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри
промислового маркетингу _____

Северин Микита Андрійович, здобувач _____

ПОГОДЖЕНО:

Науково-методична комісія Університету зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Голова НМКУ _____ Людмила ШУЛЬГІНА

Протокол № ___ від «__» _____ р.

Методична рада КПІ ім. Ігоря Сікорського

Заступник голови Методичної ради _____ Анатолій МЕЛЬНИЧЕНКО

(протокол № ___ від «__» _____ 20__ р.).

ВРАХОБАНО

ОП ОБГОВОРЕНО

ЗМІСТ

1.	Профіль освітньої програми.....	5
2.	Перелік компонент освітньої програми.....	10
3.	Структурно-логічна схема освітньої програми.....	11
4.	Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти.....	11
5.	Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.....	12
6.	Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.....	13

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та інституту/факультету	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», факультет менеджменту та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь – магістр Кваліфікація – магістр маркетингу
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 № 1713, виданий Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, термін дії: до 01.07.2026 р.
Рівень з НРК/ Рівень вищої освіти	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	http://marketing.kpi.ua/navchalnyi-protses/navchalnyi-plan.html https://osvita.kpi.ua/op
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, здатних розв'язувати складні спеціалізовані завдання в сфері маркетингової діяльності, здійснювати і забезпечувати міжкультурну фахову взаємодію представників наукової спільноти, спрямовану на інтеграцію університетської освіти в європейський освітньо-науковий простір шляхом інтернаціоналізації освітнього процесу в умовах сталого інноваційного науково-технічного розвитку суспільства та формування високої адаптивності здобувачів вищої освіти в умовах трансформації ринку праці через взаємодію з роботодавцями та іншими стейкхолдерами.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> 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.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних</p>

	<p>типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми	<p>Управління маркетинговою діяльністю господарюючих суб'єктів, що працюють на промисловому ринку.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, промисловий маркетинг, промисловий ринок, управління системою маркетингу промислово-виробничого підприємства, товарна інноваційна політика промислового підприємства, стратегічний маркетинг.</p>
Особливості програми:	<p>Унікальність ОП «Промисловий маркетинг» полягає у тому, що вона:</p> <ol style="list-style-type: none"> орієнтована на підготовку фахівців, що володіють знаннями з управління маркетинговою діяльністю підприємств, що працюють на промисловому ринку; побудована на унікальних теоретико-методичних та науково-практичних розробках колективу кафедри, що з 1992 року займається саме проблемами промислового маркетингу, досвіді співпраці з підприємствами та науковими установами, у т.ч. НАН України, пов'язаними з виробничою та науково-технічною діяльністю; співпраці з технічними інститутами, факультетами університету, його інноваційними підрозділами; кафедра промислового маркетингу була першою в Україні та донедавна єдиною кафедрою маркетингу, яка спеціалізується саме на промисловому маркетингу; програма має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються по конкретним підприємствам; викладачі використовують власні наукові розробки, авторські методики, сучасні освітні технології.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010, у чинній редакції, випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням:</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу (1233 Директор з маркетингу, 1233 Начальник відділу збуту (маркетингу) тощо.)</p> <p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу</p>
Подальше навчання	Можливість продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Можуть набувати додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Викладання проводиться у формі лекцій, практичних та семінарських занять, виконання індивідуальних семестрових завдань, консультування, реалізації інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику. Використовуються курсові роботи, окремі елементи змішаного навчання, застосування інформаційно-комунікаційних</p>

	технологій (матеріал може надаватись онлайн, дистанційно), переддипломна практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дисертаційного дослідження, виконання магістерської дисертації.
Оцінювання	Всі види навчальної діяльності та контрольні заходи (усні та письмові заліки, екзамени, модульні контрольні роботи, тестування та опитування, індивідуальні семестрові завдання, окреме оцінювання курсових робіт, захист магістерської дисертації) оцінюються відповідно до рейтингової системи за стобальною шкалою з подальшим переведенням в оцінки університетської шкали. Також проміжною формою контролю є календарна атестація.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері промислового 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) та знання.
ЗК 3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ЗК 4	Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях.
ЗК 5	Здатність до міжособистісної взаємодії.
ЗК 6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ЗК 7	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
ЗК 8	Здатність розробляти проекти та управляти ними
ЗК 9	Здатність проваджувати результати наукових досліджень в економіці в маркетингову діяльність
ЗК 10	Здатність до провадження професійної діяльності в контексті сталого розвитку
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)	
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 на промисловому та споріднених ринках.
ФК 4	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
ФК 5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування на промисловому та споріднених ринках.
ФК 6	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі на промисловому та споріднених ринках.
ФК 7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків в реальному та цифровому середовищі.
ФК 8	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування на промисловому та споріднених ринках.
ФК 9	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу

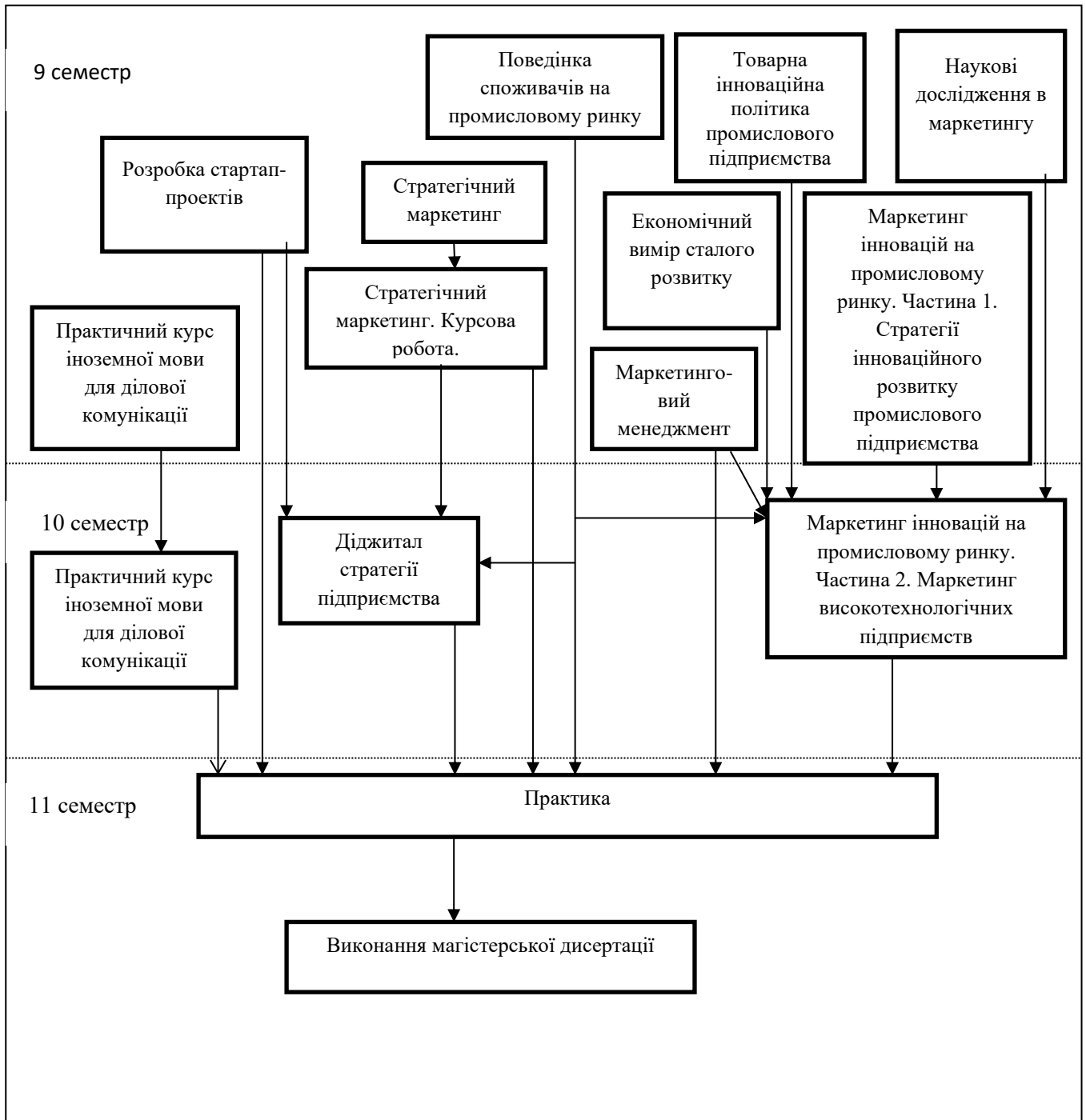
ФК 10	Здатність визначати специфіку промислового ринку та поведінку споживачів на ньому
ФК 11	Здатність планувати та проваджувати інноваційну діяльність підприємства, що працює на промисловому ринку
7 – програмні результати навчання	
ПРН 1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу з урахуванням кросфункціонального середовища
ПРН 2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта в контексті сталого розвитку.
ПРН 3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
ПРН 6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН 8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН 10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на промисловому та споріднених ринках.
ПРН 12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм на промисловому та споріднених ринках з урахуванням засад сталого розвитку.
ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16	Планувати, удосконалювати та реалізовувати маркетингову складову стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства, його товарно-інноваційну політику під час провадження маркетингової діяльності на промисловому ринку та споріднених ринках, в тому числі

	ринку високих технологій
ПРН 17	Вміти виявляти специфіку економічних відносин на промисловому ринку та поведінку його суб'єктів
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідно до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня ВО (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Програмою дозволяється можливість академічної мобільності у відповідності з угодами, підписаними Університетом, згідно з чинним законодавством.
Міжнародна кредитна мобільність	Програмою дозволяється міжнародна академічна мобільність (зокрема, Еразмус+) відповідно до Положення про академічну мобільність КПІ ім. Ігоря Сікорського.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Для іноземних громадян навчання проводиться українською мовою.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. НОРМАТИВНІ (ОБОВ'ЯЗКОВІ) освітні компоненти			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ЗО 1	Наукові дослідження в маркетингу	3	Залік
ЗО 2	Економічний вимір сталого розвитку	2	Залік
ЗО 3	Практичний курс іноземної мови для ділової комунікації	3	Залік
ЗО 4	Розробка стартап-проектів	3	Залік
1.2. Цикл професійної підготовки			
ПО 1	Стратегічний маркетинг	4,5	Екзамен
ПО 2	Стратегічний маркетинг. Курсова робота	1	Залік
ПО 3	Маркетинговий менеджмент	4	Залік
ПО 4	Поведінка споживачів на промисловому ринку	4,5	Екзамен
ПО 5	Товарна інноваційна політика промислового підприємства	4,5	Екзамен
ПО 6	Маркетинг інновацій на промисловому ринку:	4	
ПО 6.1	Маркетинг інновацій на промисловому ринку. Частина 1. Стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства	2	Залік
ПО 6.2	Маркетинг інновацій на промисловому ринку. Частина 2. Маркетинг високотехнологічних підприємств	2	Залік
ПО 7	Діджитал стратегії підприємства	5,5	Екзамен
ПО 8	Практика	14	Залік
ПО 9	Виконання магістерської дисертації	12	Захист
2. ВИБІРКОВІ освітні компоненти			
ПВ 1	Освітній компонент 1 Ф-каталогу	5	Залік
ПВ 2	Освітній компонент 2 Ф-каталогу	5	Залік
ПВ 3	Освітній компонент 3 Ф-каталогу	5	Залік
ПВ 4	Освітній компонент 4 Ф-каталогу	5	Залік
ПВ 5	Освітній компонент 5 Ф-каталогу	5	Залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		65	
Загальний обсяг вибіркових компонент:		25	
Обсяг освітніх компонентів, що забезпечують здобуття компетентностей, визначених СВО		65	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



4. ФОРМА ВИПУСКНОЇ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня магістра з присвоєнням кваліфікації «магістр маркетингу». Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат та після захисту розміщується в репозиторії НТБ Університету для вільного доступу.

Випускна атестація здійснюється відкрито і публічно.

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПО 5	ПО 6	ПО 7	ПО 8	ПО 9
ЗК 1	+	+			+	+	+	+	+	+			+
ЗК 2					+	+	+		+	+			+
ЗК 3						+	+				+		+
ЗК 4					+	+	+		+		+	+	+
ЗК 5			+										+
ЗК 6	+				+	+	+				+	+	+
ЗК 7				+								+	+
ЗК 8				+							+		+
ЗК 9	+												
ЗК 10		+											+
ФК 1					+	+	+	+	+	+	+		+
ФК 2								+		+	+	+	+
ФК 3		+			+	+	+		+			+	+
ФК 4					+	+	+					+	+
ФК 5				+	+	+	+		+	+		+	+
ФК 6				+	+	+	+		+		+		+
ФК 7					+	+				+	+		+
ФК 8					+	+	+					+	
ФК 9	+					+						+	+
ФК 10					+	+		+	+				+
ФК 11				+					+	+			

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

	ЗО 1	ЗО 2	ЗО 3	ЗО 4	ПО 1	ПО 2	ПО 3	ПО 4	ПО 5	ПО 6	ПО 7	ПО 8	ПО 9
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					+	+		+	+			+	+