

National Technical  
University of Ukraine  
"Igor Sikorsky  
Kyiv Polytechnic Institute"



Національний технічний  
університет України  
"Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сікорського"



ЗАТВЕРДЖЕНО / APPROVED  
Вченою радою КПІ ім. Ігоря Сікорського /  
by the Academic Council  
of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute  
(протокол / minutes of meeting № 5  
від / dated 18.05.2025 р.  
Голова Вченої ради / Head of the Academic Council  
Михайло ІЛЬЧЕНКО / Mykhailo ILCHENKO

## ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ INDUSTRIAL MARKETING

### ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА / PROFESSIONAL EDUCATIONAL PROGRAMME

Другий (магістерський) рівень вищої освіти  
Спеціальність: D5 Маркетинг  
Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право  
Кваліфікація: магістр маркетингу

Second (master) level of higher education  
Speciality : D5 Marketing  
Knowledge branch: D Business, Administration and  
Law  
Qualification: Master of Marketing

ID: **83705**

Введено в дію з / Enacted since  
2025/2026 навчального року / academic year  
наказом ректора / by rector's order  
№ НОД/360/25 від / dated 27.06 2025

Київ / Kyiv  
2025

*У разі наявності в описі освітньої програми будь-яких розбіжностей, перевагу має текст українською мовою / In case of any differences in interpretation of the information in the educational programme, the Ukrainian text shall prevail*

## ПРЕАМБУЛА / PREAMBLE

### РОЗРОБЛЕНО / DESIGNED

Керівник робочої групи/ Head of the work group:

Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу, гарант ОПП "Промисловий маркетинг" другого (магістерського) рівня освіти/ Oleksandr ZOZULOV, Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Full Professor, Professor at the Department of Industrial Marketing, Guarantor of the EPP "Industrial Marketing" of the second (master's) level of education

Члени робочої групи/ Work team members:

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор, завідувач кафедри промислового маркетингу/ Sergii SOLNTSEV, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Full Professor, Head of the Department of Industrial Marketing

Шульгіна Людмила Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу/ Liudmyla SHULHINA, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Professor at the Department of Industrial Marketing

Язвінська Надія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри промислового маркетингу/ Nadiia IAZVINSKA, Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Docent, Associate Professor at the Department of Industrial Marketing

Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу/ Tetiana TSAROVA, Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Docent, Associate Professor at the Department of Industrial Marketing

В розробці освітньо-професійної програми брали участь, за згодою / The following participants took part in the development of the educational professional programme:

Савицька Наталія Леонідівна, доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету / Nataliia SAVYTSKA, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Head of the Department of Marketing, Reputation and Customer Experience Management, State Biotechnology University

Подольян Олександр Олегович, аспірант кафедри промислового маркетингу/ Oleksandr PODOLIAN, Postgraduate Student at the Department of Industrial Marketing

Представники здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти: Бобошко Єва Михайлівна, Соловійов Олександр Олегович/ Representatives of Applicants for the Second (Master's) Level of Higher Education: Yeva BOBOSHKO, Oleksandr SOLOVIOV

Данько Костянтин Анатолійович, кандидат технічних наук, керівник групи АТ «Запорізьке Машинобудівне Конструкторське Бюро «Прогрес» імені Академіка О. Г. Івченка» / Kostiantyn DANKO, Candidate of Technical Sciences, Head of the Group of JSC "Zaporizhzhya Machine-Building Design Bureau 'Progress' named after Academician O.G. Ivchenko"

Фоменко Олександр Ігорович, кандидат технічних наук, директор Департаменту продажу ТОВ «Поллі-Сервіс» / Oleksander FOMENKO, Candidate of Technical Sciences, Director of Sales Department, Plastic Cards at Polly-Service

Константинов Павло Володимирович, засновник ТОВ "ТЕХНО-ОЙЛ", офіційний дистриб'ютор

компанії Тотал (Франція), ексклюзивний представник Rymax, Matrix (Нідерланди), Alpet (Турція) в Україні / Pavlo KONSTANTINOV, founder of TECHNO-OIL LLC, official distributor of Total (France), exclusive representative of Rymax, Matrix (Netherlands), Alpet (Turkey) in Ukraine

**ПОГОДЖЕНО / AGREED:**

Науково-методична комісія Університету зі спеціальності D5 «Маркетинг»/ The Scientific and Methodological Commission of the University on specialty D5 "Marketing"

(протокол / minutes of meeting № №7/25 від / dated 02.05.2025)

Голова НМКУ-D5/Head of SMCU-D5



Людмила ШУЛЬГІНА/ Liudmyla SHULHINA

Методична рада КПІ ім. Ігоря Сікорського / The Methodological Council of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

(протокол / minutes of meeting № 7 від / dated 08.05.2025)

Голова Методичної ради / Head of the Methodological Council



Тетяна ЖЕЛЯСКОВА / Tetiana ZHELIASKOVA

**ВРАХОВАНО / CONSIDERED:**

1. Чинний стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОН № 960 від 10.07.2019).

URL:

<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>

2. Рекомендації з врахування зауважень та слабких сторін за структурою та змістом освітньої програми за результатами акредитацій освітніх програм університету. Методична рада від 01.02.2024. URL: [https://osvita.kpi.ua/mr\\_04\\_2023-2024](https://osvita.kpi.ua/mr_04_2023-2024)

3. Результати внутрішнього самоаналізу, пропозиції роботодавців, академічної спільноти та здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти щодо змісту освітньо-професійної програми, внесені до обговорення на засіданні кафедри промислового маркетингу.

4. Обговорення результатів аналізу ринку праці, ОП зарубіжних та вітчизняних ЗВО, пропозицій від роботодавців, академічної спільноти та здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти щодо змісту, якості та удосконалення освітньо-професійної програми на засіданнях НМКУ D5 Маркетинг.

5. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України № 266 від 29.04.2015 р. у чинній редакції (зі змінами і доповненнями згідно постанови КМУ № 188 від 21.02.2025 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#n11>

6. Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 року № 1341, в чинній редакції. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>

7. Рецензії, відгуки роботодавців, стейкхолдерів та результати громадського обговорення щодо змісту, якості та удосконалення освітньо-професійної програми, у тому числі:

- Представника професійної організації маркетологів України: Лилик Ірини Вікторівни,

Президента ГО «Українська асоціація маркетингу»;

- Представників вітчизняної академічної спільноти: д.е.н., професора Федорченка Андрія Васильовича, завідувача кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана; д.е.н., професора Окландера Михайла Анатолійовича, завідувача кафедри маркетингу Одеського національного університету «Одеська політехніка»;

- Представників зарубіжної академічної спільноти: Dr Natalliia Pysarenko, Associate professor, Senior Lecturer in Marketing, Program Director MSc Marketing and Business analytics, University of Exeter, United Kingdom;

- Представників підкомісії за спеціальності D5 Маркетинг НМК МОН України з розробки стандартів вищої освіти: д.е.н., професора Федорченка Андрія Васильовича, голови комісії; д.е.н., професора Окландера Михайла Анатолійовича, заступника голови комісії.

8. Положення про освітні програми КПІ ім. Ігоря Сікорського (затверджено та введено в дію наказом № НОД/232/25 від 24.03.2025 "Про затвердження Положення про освітні програми КПІ ім. Ігоря Сікорського"). URL: <https://osvita.kpi.ua/node/137>

9. Наказ №НОД/362/25 від 25.04.2025 р. "Про планування та організацію освітнього процесу 2025/2026 н.р." URL: [https://document.kpi.ua/2025\\_HOD-362](https://document.kpi.ua/2025_HOD-362)

10. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 р. № 327 у чинній редакції. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>

11. Професійний стандарт «Фахівець з методів розширення ринків збуту (МАРКЕТОЛОГ)», розміщено в Реєстрі кваліфікацій Національного Агентства Кваліфікацій України. URL: <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-z-metodiv-rozsirennja-rinkiv-zbutu-marketolog>

1. Current standard of higher education in the specialty 075 Marketing for the second (master's) level of higher education (Order of the Ministry of Education and Science No. 960 of 10.07.2019). URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>

2. Recommendations for taking into account comments and weaknesses in the structure and content of the educational program based on the results of the accreditation of the university's educational programs. Methodological Council dated February 1, 2024. URL: [https://osvita.kpi.ua/mr\\_04\\_2023-2024](https://osvita.kpi.ua/mr_04_2023-2024)

3. Results of internal self-analysis, proposals from employers, the academic community, and applicants for the second (master's) level of higher education regarding the content of the educational and professional program, submitted for discussion at a meeting of the Department of Industrial Marketing.

4. Discussion of the results of the labor market analysis, EP of foreign and domestic higher education institutions, proposals from employers, the academic community, and applicants for the second (master's) level of higher education regarding the content, quality, and improvement of the educational and professional program at the meetings of the SMKU-D5 Marketing.

5. Approval of the list of fields of knowledge and specialties for which higher and pre-higher education is provided: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 266 of 29.04.2015 in the current edition (with amendments and additions in accordance with Resolution of the CMU No. 188 of

21.02.2025). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#n11>

6. National Qualifications Framework. Appendix to Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1341 of November 23, 2011, as amended. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>

7. Reviews, feedback from employers, stakeholders, and the results of public discussions on the content, quality, and improvement of the educational and professional program, including:

- Representative of the Professional Organization of Marketers of Ukraine: Iryna LYLYK, President of the NGO "Ukrainian Marketing Association";

- Representatives of the Domestic Academic Community: Doctor of Economic Sciences, Full Professor Andrii FEDORCHENKO, Head of the A.F. Pavlenko Department of Marketing at the Vadym Hetman Kyiv National Economic University; Doctor of Economic Sciences, Full Professor Mykhailo OKLANDER, Head of the Marketing Department at Odessa National University "Odessa Polytechnic";

- Representatives of the International Academic Community: Dr Nataliia Pysarenko, Associate professor, Senior Lecturer in Marketing, Program Director MSc Marketing and Business analytics, University of Exeter, United Kingdom;

- Representatives of the Subcommittee for Specialty D5 Marketing of the SMC MES of Ukraine on the development of higher education standards: Doctor of Economic Sciences, Full Professor Andrii FEDORCHENKO, Chairman of the Committee; Doctor of Economic Sciences, Full Professor Mykhailo OKLANDER, Deputy Chairman of the Committee.

8. Regulations on educational programs of Igor Sikorsky KPI (approved and put into effect by order No. NOD/232/25 dated March 24, 2025 "On Approval of Regulations on Educational Programs of Igor Sikorsky KPI"). URL: <https://osvita.kpi.ua/node/137>

9. Order No. NOD/362/25 dated 25.04.2025 "On the planning and organization of the educational process for the 2025/2026 academic year." URL: [https://document.kpi.ua/2025\\_HOD-362](https://document.kpi.ua/2025_HOD-362)

10. National Classifier of Ukraine. Classifier of Professions GC 003:2010, approved by Order of the State Consumer Standards Service of Ukraine No. 327 dated July 28, 2010, as amended. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>

11. The professional standard "Specialist in Market Expansion Methods (MARKETOLOGIST)" is posted in the Register of Qualifications of the National Agency for Qualifications of Ukraine. URL: <https://register.nqa.gov.ua/profstandart/fahivec-z-metodiv-rozsirennia-rinku-zbutu-marketolog>

## **ЕВОЛЮЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / EVOLUTION OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME**

Освітньо-професійна програма «Промисловий маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти (далі - ОПП) має тривалу історію. Кафедра промислового маркетингу створена у 1992 році як перша в Україні кафедра, що спеціалізується на проблематиці промислового маркетингу. Увесь час свого існування кафедра здійснювала підготовку маркетологів саме за спеціалізацією «Промисловий маркетинг». Підготовка за освітньо-кваліфікаційним рівнем "Магістр" почалась одразу з введенням відповідного кваліфікаційного рівня Законом України "Про вищу освіту". До 2017 року ОПП постійно оновлювалось відповідно до рекомендацій НМК МОН України. У 2017 році в зв'язку із переходом на нові підходи до формування освітніх програм на основі компетентнісного підходу ОПП другого (магістерського) рівня було ухвалено рішенням Вченої ради КПІ ім. Ігоря Сікорського від 12.06.2017 року, протокол № 6. На той час вона забезпечувала опанування загальних та професійних компетентностей, а також результатів навчання у вигляді знань та умінь.

У 2018 році ОПП була оновлена на основі пропозицій робочої групи та рекомендацій стейкхолдерів: суттєво перероблені загальні та фахові компетентності, програмні результати

навчання виражені знаннями та уміннями. До переліку освітніх компонент за вибором студентів було запроваджено складову, яка спеціалізувалась на математичному обґрунтуванні маркетингових рішень ("Методи прийняття рішень в маркетингу", "Бізнес-прогнозування", "Економічне обґрунтування проектних рішень"). У 2019 році поточна редакція ОПП була оновлена: ОК "Методи прийняття рішень в маркетингу" переходить до нормативного циклу, а у вибірккову частину введено: навчальну дисципліну з європейських бізнес-моделей ("Стандарти ЄС", "Методи організації бізнесу в ЄС") та навчальну дисципліну з маркетингу в цифровому середовищі ("Діджитал стратегії", "Маркетингова діяльність у цифровому середовищі", "Таргетування в цифровому середовищі").

У 2020 році після введення в дію в 2019 році Стандарту вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», який враховує Національну рамку кваліфікацій, Рамку кваліфікацій Європейського простору вищої освіти, ОПП була модифікована відповідно до вимог Стандарту. В програмі приведено до вимог СВО та розширено перелік фахових компетенцій та програмних результатів навчання, у тому числі з урахуванням особливостей освітньої програми, її спрямування на проблематику промислового маркетингу. Замість вибіркової частини в загальній та професійній частині виокремлюються нормативна та вибірккова частини. Вибіркова частина складається з шести освітніх компонент, які мають різні кредити та різні форми контролю. Конкретизовано дисципліни зі сталого розвитку (запроваджуються «Основи сталого розвитку суспільства») та менеджменту («Розробка стартап-проектів»). Запроваджується нова ОК «Курсова робота зі стратегічного маркетингу», видозмінюються дисципліни: «Товарна інноваційна політика» стає «Товарна інноваційна політика промислового підприємства», «Інноваційний розвиток підприємства» замінено на «Інноваційний маркетинг на промисловому ринку».

Оновлення ОПП відбувалось із врахуванням мінливості зовнішнього середовища, розвитку теорії та практики маркетингу, трендів ринку праці, рекомендацій та пропозицій здобувачів та інших стейкхолдерів, а також із урахуванням Наказу про організацію та планування освітнього процесу на 2020-2021 навчальний рік. Була удосконалена мета освітньої програми, яка, враховуючи стратегію розвитку КПІ ім. Ігоря Сікорського, стала включати здатності майбутніх фахівців до міжкультурної фахової взаємодії із роботодавцями та іншими стейкхолдерами, інтеграції до Європейського освітнього простору, високої адаптації до мінливого ринку праці із урахуванням сталого інноваційного науково-технічного розвитку суспільства.

В 2021 році ОПП пройшла акредитацію в Національному агентстві із забезпечення якості вищої освіти, сертифікат про акредитацію освітньої програми дійсний до 01.07.2026 р. У 2021 році відповідно до Наказу про організацію та планування освітнього процесу на 2021-2022 навчальний рік, рекомендацій експертної групи та стейкхолдерів була оновлена структурна складова ОПП. ОК «Наукові дослідження в економіці» змінена на «Наукові дослідження в маркетингу», «Основи сталого розвитку суспільства» на «Економічний вимір сталого розвитку», до циклу професійної підготовки (нормативна складова) введено ОК «Діджитал стратегії підприємства», а ОК «Інноваційний маркетинг на промисловому ринку» трансформовано у «Маркетинг інновацій на промисловому ринку». Зменшено обсяг ОК «Виконання магістерської дисертації» до 12 кредитів. Вибіркова складова уніфікована та складається із п'яти освітніх компонент обсягом по 5 кредитів, що складає в цілому 25 кредитів.

У 2022 році, враховуючи рекомендації, викладені у Наказі про організацію та планування освітнього процесу на 2022-2023 навчальний рік, ОПП була змінена в структурній частині: з ОПП зникає категорія «дослідницький компонент» і ОК "Практика" та ОК "Виконання магістерської дисертації" стають складовими фахового нормативного циклу, ОК «Маркетинг інновацій на промисловому ринку» конкретизовано у його двох кредитних модулях, винесених в ОПП: «Маркетинг інновацій на промисловому ринку. Частина 1. Стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства» та «Маркетинг інновацій на промисловому ринку. Частина 2. Маркетинг високотехнологічних підприємств».

Зміст ОПП протягом 2023 року обговорювався на засіданнях кафедри, НМКУ, зі стейкхолдерами та здобувачами та був визнаний таким, що відповідає поточним вимогам. Проте, за рекомендацією стейкхолдерів з метою розширення можливостей формування індивідуальної освітньої траєкторії за рахунок дисциплін вибіркової частини ОПП були внесені зміни до Ф-каталогу вибірових дисциплін (зокрема, введено вибірову ОК "Автоматизація прийняття рішень в маркетингу").

За результатами обговорень, а також з урахуванням вимог Наказу «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» №НОД/263/24 від 08.04.2024 р. в ОПП внесені такі зміни: розширено склад нормативних освітніх компонент, до яких додано ОК "Перфоманс маркетинг" через нагальну необхідність посилити здатність до діагностування, маркетингового аналізу та посилення ефективності стратегічного та операційного управління маркетинговою діяльністю, ОК "Діджитал стратегії підприємства" перенесено в цикл загальної підготовки із метою посилення загальних управлінських навичок із урахуванням кросфункціонального характеру маркетингової діяльності, збільшено обсяг ОК "Виконання магістерської дисертації" з 12 до 14 кредитів (відповідно до Наказу), а також збільшено обсяг ОК циклу професійної підготовки, щоб уникнути дробових значень кредитів та вийти на рекомендований рівень кредитів для екзаменаційних та залікових дисциплін. ОК "Маркетинг інновацій на промисловому ринку" перенесено до першого семестру, вона викладається без поділу на кредитні модулі, що дозволило посилити її цілісність та збільшити обсяг аудиторних годин на проведення лекційних занять. Вибіркова частина відповідно до Наказу НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» проведена через уніфікацію в межах всього університету, що дозволило здобувачам обирати не тільки в межах факультетського каталогу, але й каталогів інших факультетів та інших рівнів навчання (бакалаврський). Поділ вибіркової частини на складову із формою контролю "екзамен" та формою контролю "залік" уможливило реалізацію загальноуніверситетського графіку навчання, коли на сесійний період відводиться два тижні для двох-трьох екзаменів. Також було переглянуто атрибуцію ЗК, ФК та ПРН для різних ОК з метою розвантаження окремих освітніх компонент.

Редакція ОПП у 2025 р. відбулась згідно з Постановою КМУ від 29.04.2015 № 266 у чинній редакції (зі змінами і доповненнями згідно постанови КМУ № 188 від 21.02.2025 р.) «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти», відбувся перехід зі спеціальності 075 Маркетинг на D5 Маркетинг. Окрім цього, у 2025 р. за результатами обговорення ОПП зі здобувачами, роботодавцями та іншими стейкхолдерами, а також з урахуванням вимог Наказу «Про планування та організацію освітнього процесу 2025/2026 н.р.» № НОД/362/25 від 25.04.2025 р. в освітню програму внесені такі зміни: збільшено обсяг виконання магістерської дисертації до 16 кредитів (відповідно до Наказу), ОК «Економічний вимір сталого розвитку» замінено на «Сталий розвиток промислового підприємства», ОК «Розробка стартап проектів» замінено на «Управління стартап-проектами» з метою посилення управлінських кваліфікацій, ОК «Діджитал стратегії підприємства» та ОК "Стратегічний маркетинг" трансформовано у «Стратегічний маркетинг і діджитал стратегії» із відповідною трансформацією спорідненої ОК з курсової роботи відповідно до загальної тенденції до діджиталізації усіх аспектів діяльності підприємства, ОК «Поведінка споживачів на промисловому ринку» трансформована у «Поведінку індустріальних споживачів», введено ОК «Маркетинг інновацій на промисловому ринку. Курсова робота». Відповідно, переглянуто атрибуцію ЗК, СК та ПРН до освітніх компонент.

The educational and professional program "Industrial Marketing" of the second (master's) level of higher education (hereinafter referred to as EPP) has a long history. The Department of Industrial Marketing was established in 1992 as the first department in Ukraine specializing in industrial marketing issues. Throughout its existence, the department has been training marketers specifically in the field of "Industrial Marketing." Training at the educational and qualification level "Master" began immediately with the introduction of the corresponding qualification level by the Law of

Ukraine "On Higher Education." Until 2017, the educational program was constantly updated in accordance with the recommendations of the SMC of the Ministry of Education and Science of Ukraine. In 2017, in connection with the transition to new approaches to the formation of educational programs based on a competency-based approach, the second (master's) level of the educational program was approved by the decision of the Academic Council of Igor Sikorsky KPI on June 12, 2017, protocol No. 6. At that time, it ensured the acquisition of general and professional competencies, as well as learning outcomes in the form of knowledge and skills.

In 2018, the EPP was updated based on the proposals of the working group and recommendations of stakeholders: general and professional competencies were significantly revised, and program learning outcomes were expressed in terms of knowledge and skills. A component specializing in the mathematical justification of marketing decisions ("Decision-making methods in marketing," "Business forecasting," "Economic justification of project decisions") was added to the list of educational components chosen by students. In 2019, the current version of the EPP was updated: the EC "Decision-making methods in marketing" moved to the normative cycle, and the following were introduced into the elective part: a course on European business models ("EU Standards," "Methods of Business Organization in the EU") and a course on marketing in the digital environment ("Digital Strategies," "Marketing Activities in the Digital Environment," "Targeting in the Digital Environment").

In 2020, following the introduction in 2019 of the Standard of Higher Education for the second (master's) level of higher education in the specialty 075 "Marketing," which takes into account the National Qualifications Framework, the European Higher Education Area Qualifications Framework, the EPP was modified in accordance with the requirements of the Standard. The program has been brought into line with the requirements of the Higher Education Standard and the list of professional competencies and program learning outcomes has been expanded, including taking into account the specifics of the educational program and its focus on industrial marketing issues. Instead of the elective part, the general and professional parts are divided into normative and elective parts. The elective part consists of six educational components with different credits and different forms of assessment. Disciplines related to sustainable development (Introduction to Sustainable Development of Society) and management (Startup Project Development) have been specified. A new course, "Coursework in Strategic Marketing," is being introduced, and disciplines are being modified: "Product Innovation Policy" is becoming "Product Innovation Policy of an Industrial Enterprise," and "Innovative Development of an Enterprise" is being replaced by "Innovative Marketing in the Industrial Market."

The update of the educational program took into account the variability of the external environment, the development of marketing theory and practice, labor market trends, recommendations and suggestions from applicants and other stakeholders, as well as the Order on the organization and planning of the educational process for the 2020-2021 academic year. The goal of the educational program was improved, which, taking into account the development strategy of Igor Sikorsky KPI, began to include the ability of future specialists to engage in intercultural professional interaction with employers and other stakeholders, integration into the European educational space, high adaptation to the changing labor market, taking into account the sustainable innovative scientific and technological development of society.

In 2021, the EPP was accredited by the National Agency for Higher Education Quality Assurance, the certificate of accreditation of the educational program is valid until 07/01/2026. In 2021, in accordance with the Order on the organization and planning of the educational process for the 2021-2022 academic year, the recommendations of the expert group and stakeholders, the structural component of the EPP was updated. The EC "Scientific Research in Economics" was changed to "Scientific Research in Marketing", "Fundamentals of Sustainable Development of Society" to "Economic Dimension of Sustainable Development", the EC "Digital Strategy of Enterprise" was introduced into the professional training cycle (normative component), and the EC "Innovative Marketing in the Industrial Market" was transformed into "Marketing of Innovations in the Industrial Market". The amount of the EC "Master's Thesis" was reduced to 12 credits. The elective component has been unified and consists of five educational components of 5 credits each,

which makes a total of 25 credits.

In 2022, taking into account the recommendations set out in the Order on the organization and planning of the educational process for the academic year 2022-2023, the EPP was changed in its structural part: the category "research component" disappears from the EPP and the EC 'Practice' and EC "Master's Thesis" become components of the professional regulatory cycle, the EC "Marketing of Innovations in the Industrial Market" is specified in its two credit modules included in the EPP: "Marketing of innovations in the industrial market. Part 1: Strategies for innovative development of an industrial enterprise" and "Marketing of innovations in the industrial market. Part 2. Marketing of high-tech enterprises".

During 2023, the content of the EPP was discussed at meetings of the department, SMCU, with stakeholders and applicants and was recognized as meeting current requirements. However, on the recommendation of stakeholders, in order to expand the possibilities of forming an individual educational trajectory at the expense of the disciplines of the elective part of the EPP, changes were made to the F-catalog of elective disciplines (in particular, the elective EC "Automation of decision-making in marketing" was introduced).

Based on the results of the discussions, as well as taking into account the requirements of the Order "On the organization and planning of the educational process for the academic year 2024-2025" №NOD/263/24 of 08.04.2024 the following changes were made to the EPP: the composition of the normative educational components was expanded, to which the EC "Performance Marketing" was added due to the urgent need to strengthen the ability to diagnose, market analysis and increase the effectiveness of strategic and operational management of marketing activities, the EC "Digital Strategies of Enterprise" was transferred to the general training cycle in order to strengthen general management skills, taking into account the cross-functional nature of marketing activities. Increased the volume of the EC "Master's Dissertation" from 12 to 14 credits (in accordance with the Order), as well as increased the volume of the EC of the professional training cycle to avoid fractional credit values and reach the recommended level of credits for examination and credit disciplines. EC "Marketing of innovations in the industrial market" was moved to the first semester, it is taught without division into credit modules, which allowed to strengthen its integrity and increase the amount of classroom hours for lectures. The elective part, in accordance with Order NOD/263/2024 of 08.04.2024 "On the organization and planning of the educational process for the academic year 2024-2025", was carried out through unification throughout the university, which allowed applicants to choose not only within the faculty catalog, but also catalogs of other faculties and other levels of study (bachelor's). The division of the elective part into a component with the form of control "exam" and the form of control "test" made it possible to implement a university-wide study schedule, when two weeks are allocated for two or three exams per session. Also, the attribution of GCs, PCs and PLOs to different ECs was revised to relieve the workload of individual educational components.

The revision of the EPP in 2025 was carried out in accordance with the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 266 of 29.04.2015 in the current version (as amended by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 188 of 21.02.2025) "On Approval of the List of Fields of Knowledge and Specialties for the Training of Applicants for Higher and Professional Higher Education", the transition from the specialty 075 Marketing to D5 Marketing took place. In addition, in 2025, based on the results of the discussion of the EPP with applicants, employers and other stakeholders, as well as taking into account the requirements of the Order "On Planning and Organization of the Educational Process 2025/2026" No. NOD/362/25 of 25.04.2025. the following changes were made to the educational program: the volume of the master's thesis was increased to 16 credits (in accordance with the Order), the EC "Economic Dimension of Sustainable Development" was replaced by "Sustainable Development of an Industrial Enterprise", the EC "Development of Startup Projects" was replaced by "Management of Startup Projects" in order to strengthen managerial qualifications, the EC "Digital strategies of the enterprise" and the EC "Strategic marketing" were transformed into "Strategic marketing and digital strategies" with the corresponding transformation of the related course work in accordance with the general trend towards digitalization of all aspects of the enterprise, the EC "Consumer behavior in the industrial market" was transformed into "Behavior of industrial consumers", the EC "Marketing of innovations

in the industrial market. Course work" was introduced. Accordingly, the attribution of GC, PC and PLO to the educational components was revised.

## 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / EDUCATIONAL PROGRAMME PROFILE

<b>1 - Загальна інформація / General information</b>		
Повна назва закладу вищої освіти та навчального підрозділу / Full name of higher education institution and faculty / educational and scientific institute	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Факультет менеджменту та маркетингу	National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Faculty of Management and Marketing
Ступінь вищої освіти та назва освітньої кваліфікації / Higher education degree and education qualification title	Ступінь магістра магістр маркетингу	Master Degree Master of Marketing
Офіційна назва освітньої програми / Educational programme official title	Промисловий маркетинг	Industrial Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми / Diploma type and educational programme volume	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці	Master diploma, 90 credits ECTS, training period 1 year 4 month
Інформація про акредитацію / Accreditation information of the educational programme	Акредитовано НАЗЯВО, сертифікат дійсний до 2026-07-01	Accredited by NAQA, certificate No valid to 2026-07-01
Цикл, рівень вищої освіти / Education cycle, level of higher education	НПК України – 7 рівень QF-EHEA – другий цикл EQF-LLL – 7 рівень	NQF of Ukraine - 7 level QF-EHEA – 2 cycle EQF-LLL – 7 level
Передумови / Prerequisites	Наявність ступеня бакалавра	Bachelor Degree
Форми здобуття освіти / Forms of Education	Очна (денна); Заочна; Дуальна;	full-time; part-time; dual;
Мова(и) викладання / Language(s) of instruction	Українська	Ukrainian
Інтернет-адреса розміщення освітньої програми / URL of the educational programme	<a href="https://osvita.kpi.ua/D5_OPP_M_PM">https://osvita.kpi.ua/D5_OPP_M_PM</a>	
<b>2 - Мета освітньої програми / Educational programme purpose</b>		
Підготовка висококваліфікованих професіоналів маркетингу, здатних управляти маркетинговою діяльністю господарюючих суб'єктів, зокрема в сфері промислового маркетингу, на основі застосування сучасної теорії та методології маркетингу, інноваційних підходів та актуальних практик, забезпечувати міжкультурну фахову взаємодію, проваджувати професійну діяльність на засадах сталого інноваційного розвитку суспільства, соціальної відповідальності та адаптивності до трансформації ринку праці.	Training of highly qualified marketing professionals capable of managing the marketing activities of business entities, in particular in the field of industrial marketing, based on the application of modern marketing theory and methodology, innovative approaches and current practices, ensuring intercultural professional interaction, and carrying out professional activities on the basis of sustainable innovative development of society, social responsibility and adaptability to the transformation of the labor market.	

<b>3 - Характеристика освітньої програми / Educational programme characteristics</b>	
<b>Предметна область / Subject area</b>	
<p><b>Об'єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><b>Цілі навчання:</b> 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><b>Теоретичний зміст</b> предметної області: 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 типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>	<p><b>Object of study:</b> marketing activity as a form of interaction of subjects of market relations to satisfy their economic and social interests.</p> <p><b>Training goals:</b> training of specialists who possess modern economic thinking and the relevant competencies necessary for solving problems and solving complex tasks of marketing activities, which involve conducting research and/or implementing innovations and are characterized by the uncertainty of conditions and requirements.</p> <p><b>Theoretical content of the subject area:</b> the essence of marketing as a modern concept of business management; conceptual and categorical apparatus, principles, functions, concepts of marketing and their historical prerequisites; the specifics of the activities of market entities in different areas and on different types of markets; content of marketing activities, development of marketing strategies and formation of management decisions in the field of marketing.</p> <p><b>Methods, techniques and technologies:</b> general scientific and special methods, professional methods and technologies necessary to ensure effective marketing activities.</p> <p><b>Tools and equipment:</b> modern universal and specialized information systems and software products necessary for making and implementing marketing management decisions.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми / Scope</b>	
Освітньо-професійна	Educational and professional
<b>Основний фокус освітньої програми / Main focus</b>	
<p>Спеціальна освіта в галузі D "Бізнес, адміністрування та право" спеціальності D5 "Маркетинг", спрямована на підготовку професіоналів з маркетингу для B2B-ринку.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, промисловий маркетинг, промисловий ринок, управління маркетингом промислово-виробничого підприємства, маркетинг інновацій на промисловому ринку, стратегічний маркетинг, перфоманс маркетинг</p>	<p>Specialized education in the field of D "Business, Administration and Law", specialty D5 "Marketing", aimed at training marketing professionals for the B2B market.</p> <p>Keywords: marketing, industrial marketing, industrial market, marketing management of an industrial production enterprise, marketing of innovations in the industrial market, strategic marketing, performance marketing</p>
<b>Особливості освітньої програми / Features</b>	
<p>Освітня програма "Промисловий маркетинг" передбачає вивчення передових теоретико-методичних положень та сучасних практик управління маркетинговою діяльністю ринкових суб'єктів, що визначають предметну область та перелік її освітніх компонент. Програма "Промисловий маркетинг" орієнтована на формування як фахових компетенцій, передбачених СВО для спеціальності D5 Маркетинг, так і поглиблених фахових компетенцій для діяльності на промисловому ринку. Вона поєднує фундаментальну академічну підготовку з формуванням практичних навичок маркетингової діяльності завдяки високій практичній спрямованості програми, яка передбачає виконання низки робіт (у т.ч. двох курсових робіт та магістерської дисертації) по тематиці реально працюючих підприємств, розв'язанню кейс-завдань та інших сучасних методів підготовки фахівців у сфері бізнесу. Програма передбачає реалізацію дослідницького компонента, формування у здобувачів вищої освіти наряду з фаховими компетенціями soft skills. Освітні компоненти ОП передбачають формування у здобувачів вищої освіти системи знань, пов'язаних із управлінням маркетингом на підприємстві, починаючи із розробки стратегії і закінчуючи розробкою заходів із підвищення операційної ефективності реалізації заходів з таких стратегій з урахуванням сучасного цифрового середовища.</p> <p>ОП дозволяє реалізувати здобувачеві індивідуальну освітню траєкторію, виходячи із його майбутньої професійної спрямованості за рахунок низки дисциплін вільного вибору. Під час навчання здобувачі за бажанням можуть отримати дуальну освіту та реалізовувати академічну мобільність. Під час навчання на освітній програмі здобувачі додатково мають можливість розширити свої знання та компетентності за рахунок широкого кола наукових заходів, що проводяться на рівні кафедр, факультету, університету; значних інфраструктурних можливостей Університету.</p> <p>Унікальність (особливість) ОП "Промисловий маркетинг" полягає у тому числі в тому, що вона:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>орієнтована на підготовку фахівців, що володіють знаннями з управління маркетинговою діяльністю підприємств, що працюють на промисловому ринку;</li> <li>побудована на унікальних теоретико-методичних та науковопрактичних 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;</li> <li>кафедра промислового маркетингу була першою в Україні та донедавна єдиною кафедрою маркетингу, яка спеціалізується саме на промисловому маркетингу;</li> <li>програма має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються по конкретним підприємствам;</li> <li>викладачі використовують власні наукові розробки, авторські методики, сучасні освітні технології.</li> </ol>	<p>The educational program "Industrial Marketing" involves studying advanced theoretical and methodological principles and modern practices of marketing management by market entities, which determine the subject area and list of its educational components. The program "Industrial Marketing" is focused on developing both the professional competencies required by the the Standard of Higher Education for the D5 Marketing specialty and advanced professional competencies for working in the industrial market. It combines fundamental academic training with the development of practical marketing skills thanks to the highly practical focus of the program, which involves a series of assignments (including two coursework and a master's thesis) on the topics of real working enterprises, solving case studies, and other modern methods of training specialists in the field of business. The program provides for the implementation of a research component, the formation of soft skills in higher education seekers along with professional competencies. The educational components of the program provide for the formation of a system of knowledge related to marketing management in an enterprise, starting with strategy development and ending with the development of measures to improve the operational efficiency of implementing such strategies, taking into account the modern digital environment.</p> <p>The EP allows applicants to pursue an individual educational path based on their future professional orientation through a range of freely chosen disciplines. During their studies, applicants can opt for dual education and academic mobility. While studying in the educational program, applicants also have the opportunity to expand their knowledge and competencies through a wide range of scientific events held at the department, faculty, and university levels, as well as the University's significant infrastructure capabilities.</p> <p>The uniqueness (distinctiveness) of the "Industrial Marketing" educational program lies in the fact that it:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>focuses on training specialists who possess knowledge of marketing management for companies operating in the industrial market;</li> <li>is based on unique theoretical, methodological, and scientific-practical developments of the department's team, which has been dealing with industrial marketing issues since 1992, experience in cooperation with enterprises and scientific institutions, including the National Academy of Sciences of Ukraine, related to production and scientific-technical activities; cooperation with technical institutes, university faculties, and its innovative departments;</li> <li>The Department of Industrial Marketing was the first in Ukraine and, until recently, the only marketing department specializing in industrial marketing;</li> <li>The program has a high practical focus: students' individual work is carried out for specific enterprises;</li> <li>Teachers use their own scientific developments, original methodologies, and modern educational technologies.</li> </ol>

**4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання / Eligibility of graduates for employment and further study**

**Придатність до працевлаштування / Eligibility for employment**

Випускники ОПП "Промисловий маркетинг" можуть працювати на підприємствах, організаціях та установах усіх видів економічної діяльності та форм власності на посадах, що відповідають чинній редакції Національного класифікатора України "Класифікатор професій" ДК 003:2010. Так, у тому числі, випускники ОПП можуть виконувати такі професійні роботи, як: 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (консультант з маркетингу).

Graduates of the EPP "Industrial Marketing" can work at enterprises, organizations and institutions of all types of economic activity and forms of ownership in positions that correspond to the current version of the National Classifier of Ukraine "Classifier of Professions" GC 003:2010. Thus, among other things, graduates of the EPP can perform such professional jobs as: 1233 Heads of marketing departments; 1475 Marketing manager (manager); 2419.2 Professionals in the field of marketing, economic efficiency, production rationalization, intellectual property and innovation (marketing consultant).

**Подальше навчання / Further study**

Можливість продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Можуть набувати додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

The opportunity to continue education at the third (educational and scientific) level of higher education. They can acquire additional qualifications in the postgraduate education system.

**5 - Викладання та оцінювання / Teaching and assessment****Викладання та навчання/Teaching and studying**

Викладання відбувається на основі інноваційності, студентоцентризму, системності теоретичних знань та практичних навичок та високого рівня практичної спрямованості. Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Викладання проводиться у формі лекцій та практичних занять, виконання індивідуальних семестрових завдань, консультування, інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій. Передбачається виконання курсових робіт, проходження переддипломної практики та написання на її основі магістерської дисертації. Процес навчання передбачає використання сучасних інтерактивних інформаційно-комунікаційних технологій, платформи дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform), яка надає викладачам та студентам широкі можливості щодо застосування сучасних технологій дистанційного навчання, розроблення веб-ресурсів навчальних дисциплін, організації інтерактивної взаємодії, а також управління дистанційним навчальним процесом. За бажанням студента освітній процес може проводитись у формі дуальної освіти, коли частина дисциплін викладається професіоналами маркетингу обраного здобувачем підприємства. Здобувачі залучаються до науково-дослідної роботи, участі у наукових конференціях, конкурсах, олімпіадах.

Teaching is based on innovation, student-centeredness, systematic theoretical knowledge and practical skills, and a high level of practical orientation. The general style of teaching is problem-based. Teaching is conducted in the form of lectures and practical classes, individual semester assignments, counseling, interactive learning in the form of case studies and discussions. Students are expected to complete coursework, undergo pre-degree internships, and write a master's thesis based on them. The learning process involves the use of modern interactive information and communication technologies, the Sikorsky Distance Learning Platform, which provides teachers and students with ample opportunities to use modern distance learning technologies, develop web resources for academic disciplines, organize interactive interaction, and manage the distance learning process. At the request of the student, the educational process can be conducted in the form of dual education, when some of the disciplines are taught by marketing professionals of the enterprise chosen by the applicant. Applicants are involved in research work, participation in scientific conferences, competitions, and Olympiads.

**Оцінювання / Assessment**

Вивчення освітніх компонентів ОПП "Промисловий маркетинг" передбачає проведення поточного та семестрового контролю. Поточний контроль проводиться у вигляді двох атестацій протягом семестру. Підсумковий контроль проводиться у вигляді екзамену, заліку, захисту магістерської дисертації. Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Університеті здійснюється відповідно до відповідно до нормативної документації, оприлюдненої на сайті Університету (<https://osvita.kpi.ua/>):

1. «Положення про поточний, календарний та семестровий контроль результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського»;
2. «Положення про систему оцінювання результатів навчання в КПІ ім. Ігоря Сікорського»;
3. «Положення про екзаменаційну комісію та атестацію здобувачів вищої освіти в КПІ ім. Ігоря Сікорського».

Детальний перелік завдань, їх бального оцінювання, розподіл балів між семестровим та підсумковим оцінюванням знаходиться у силабусах освітніх компонентів. Підсумкова оцінка передбачає виставлення балів як за національною шкалою, так і за шкалою ECTS.

The study of the educational components of the EPP "Industrial Marketing" involves current and semester control. Current control is carried out in the form of two attestations during the semester. The final control is carried out in the form of an exam, test, defense of a master's thesis. Evaluation of the results of higher education at the University is carried out in accordance with the regulatory documents published on the University website (<https://osvita.kpi.ua/>):

1. "Regulations on current, calendar and semester control of learning outcomes in Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute";
2. "Regulations on the system of evaluation of learning outcomes in Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute";
3. "Regulations on the Examination Board and Certification of Higher Education Applicants at Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute".

A detailed list of tasks, their scoring, and the distribution of points between semester and final assessment is available in the syllabus of the educational components. The final assessment involves assigning points both on the national scale and on the ECTS scale.

<b>6 - Програмні компетентності / Programme competencies</b>		
<b>Інтегральна компетентність / Integral competence</b>		
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.		The ability to solve complex tasks and problems in the field of industrial marketing in professional activities or in the learning process, which involves conducting research and/or implementing innovations and is characterized by the uncertainty of conditions and requirements.
<b>Загальні компетентності (ЗК) / General competencies</b>		
ЗК 01	Здатність приймати обґрунтовані рішення	Ability to make informed decisions
ЗК 02	Здатність генерувати нові ідеї (креативність) та знання	Ability to generate new ideas (creativity) and knowledge
ЗК 03	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт	The ability to evaluate and ensure the quality of the work performed
ЗК 04	Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях	Ability to adapt and act in new situations
ЗК 05	Здатність до міжособистісної взаємодії	Ability to interpersonal interaction
ЗК 06	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	Ability to search, process and analyze information from various sources
ЗК 07	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість	Ability to show initiative and entrepreneurship
ЗК 08	Здатність розробляти проекти та управляти ними	Ability to develop and manage projects
ЗК 09	Здатність до провадження професійної діяльності в контексті сталого розвитку	Ability to carry out professional activities in the context of sustainable development
<b>Фахові компетентності (ФК) / Professional competencies</b>		
ФК 01	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу	The ability to logically and consistently reproduce and apply knowledge of the latest theories, methods and practical techniques of marketing
ФК 02	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування	The ability to correctly interpret the results of the latest theoretical research in the field of marketing and the practice of their application
ФК 03	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу на промисловому та споріднених ринках	Ability to conduct independent research and interpret their results in the field of marketing in industrial and related markets
ФК 04	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом	The ability to apply a creative approach to work by profession
ФК 05	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування на промисловому та споріднених ринках	Ability to diagnose the marketing activity of a market entity, carry out marketing analysis and forecasting in industrial and related markets
ФК 06	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі на промисловому та споріднених ринках	The ability to choose and apply effective means of managing the marketing activities of a market entity at the level of an organization, division, group, network in industrial and related markets

ФК 07	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків в реальному та цифровому середовищі	The ability to develop and analyze the marketing strategy of a market entity and ways of its implementation, taking into account cross-functional relationships in the real and digital environment
ФК 08	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування на промисловому та споріднених ринках	The ability to form a marketing system of a market entity and evaluate the effectiveness and efficiency of its functioning in industrial and related markets
ФК 09	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу	The ability to carry out theoretical and applied research in the field of marketing at an appropriate level
ФК 10	Здатність визначати специфіку промислового ринку та поведінку споживачів на ньому	The ability to determine the specifics of the industrial market and the behavior of consumers on it
ФК 11	Здатність планувати та проваджувати інноваційну діяльність підприємства, що працює на промисловому ринку	The ability to plan and carry out innovative activities of an enterprise operating in the industrial market

<b>7 - Програмні результати навчання (ПРН) / Programme learning outcomes</b>		
ПРН 01	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу з урахуванням кросфункціонального середовища	Know and be able to apply modern principles, theories, methods and practical techniques of marketing in practical activities, taking into account a cross-functional environment
ПРН 02	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	Be able to adapt and apply new achievements in the theory and practice of marketing to achieve specific goals and solve the problems of a market entity in the context of sustainable development
ПРН 03	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	Plan and carry out own research in the field of marketing, analyze its results and justify the adoption of effective marketing decisions in conditions of uncertainty in industrial and related markets
ПРН 04	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації на промисловому та споріднених ринках	To be able to develop the strategy and tactics of marketing activity taking into account the cross-functional nature of its implementation in industrial and related markets
ПРН 05	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами	Present and discuss the results of scientific and applied research, marketing projects in national and foreign languages
ПРН 06	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними	To be able to increase the effectiveness of the marketing activity of a market entity at different levels of management, to develop and manage projects in the field of marketing
ПРН 07	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта	To be able to form and improve the marketing system of a market entity
ПРН 08	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	Use methods of interpersonal communication in the course of solving collective problems, conducting negotiations, scientific discussions in the field of marketing
ПРН 09	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень	Understand the essence and features of using marketing tools in the process of making marketing decisions
ПРН 10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів	Justify marketing decisions at the level of a market entity using modern management principles, approaches, methods, techniques
ПРН 11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на промисловому та споріднених ринках	Use the methods of marketing strategic analysis and interpret its results in order to improve the marketing activity of a market entity in industrial and related markets
ПРН 12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм на промисловому та споріднених ринках з урахуванням засад сталого розвитку	Carry out diagnostics and strategic and operational management of marketing for the development and implementation of marketing strategies, projects and programs in industrial and related markets, taking into account the principles of sustainable development

ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання	Manage the marketing activities of the market entity, as well as its divisions, groups and networks, determine the criteria and indicators for its evaluation
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку	Form a marketing system of interaction, build long-term mutually beneficial relations with other market subjects
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	Collect the necessary data from various sources, process and analyze their results using modern methods and specialized software
ПРН 16	Планувати, удосконалювати та реалізовувати маркетингові заходи з інноваційного розвитку промислового підприємства	Plan, improve, and implement marketing activities for the innovative development of industrial enterprises
ПРН 17	Вміти розробляти товарне пропонування на промисловому ринку на основі аналізу поведінки його суб'єктів	Be able to develop a product offering in the industrial market based on an analysis of the behavior of its participants

<b>8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми / Resource provision for programme implementation</b>	
<b>Кадрове забезпечення / Staffing</b>	
<p>Залучені до реалізації освітньої програми «Промисловий маркетинг» науково-педагогічні працівники є штатними співробітниками КПІ ім. Ігоря Сікорського з числа докторів та кандидатів наук (докторів філософії), що відповідають ліцензійним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня ВО, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції. Під час реалізації дуальної освіти до викладання дисциплін можуть бути залучені професіонали-практики діючих підприємств з числа провідних фахівців, керівників підприємств та підрозділів.</p>	<p>The academic staff involved in the implementation of the educational program "Industrial Marketing" are full-time employees of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute from among doctors and candidates of sciences (doctors of philosophy) who meet the licensing requirements for the implementation of educational activities for the appropriate level of education, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 30.12.2015 № 1187 in the current version. During the implementation of dual education, practicing professionals from operating enterprises from among leading specialists, heads of enterprises and departments may be involved in teaching disciplines.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення / Material-technical support</b>	
<p>Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.</p> <p>Здобувачі освітньої програми мають доступ до матеріально-технічної бази КПІ ім. Ігоря Сікорського, яка є однією із найбільших в Україні та, зокрема, включає в себе:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Кампус Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» займає територію близько 120-160 гектарів, де розташовані сучасні навчальні корпуси, обладнані для навчання, наукових досліджень і занять спортом, а також гуртожитки, які забезпечують комфортне проживання студентів із різними умовами та вартістю, органічно поєднуючи можливості для інтелектуального, культурного розвитку та відпочинку;</li> <li>- науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського є провідним інформаційно-бібліотечним центром, який забезпечує студентів, викладачів і дослідників університету доступом до обширної колекції наукової та навчальної літератури, включаючи книги, журнали, електронні ресурси та бази даних, таких як Scopus і Web of Science, пропонує сучасні читальні зали, комп'ютеризовані робочі місця, коворкінг-простори, а також послуги з інформаційного пошуку, консультацій, тренінгів із академічної грамотності та підтримки наукових публікацій, сприяючи інноваційній і дослідницькій діяльності;</li> <li>- сучасне IT-забезпечення, що включає в себе комп'ютерний клас, вихід в мережу Інтернет через безкоштовний wi-fi на території Кампусу;</li> <li>- інформаційні технології навчання, зокрема, а) Електронний кампус (інтегрована цифрова платформа, яка забезпечує підтримку навчального процесу, надаючи студентам і викладачам доступ до освітніх ресурсів, розкладів, електронних курсів, системи здачі завдань, комунікаційних інструментів та управління академічними процесами, сприяючи ефективному віддаленому навчанню та адмініструванню університету); б) платформа дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform), яка надає викладачам та студентам широкі можливості щодо застосування сучасних технологій дистанційного навчання, розроблення веб-ресурсів навчальних дисциплін, організації інтерактивної взаємодії, а також управління дистанційним навчальним процесом;</li> <li>- ідальня, медичний центр, центр фізичного виховання та спорту (з басейном, скеледромом, відкритим стадіоном, тенісними кортами), зони відпочинку, центр культури та мистецтв, Державний політехнічний музей, арт-простір «Вежа»;</li> <li>- бази відпочинку, студентська соціальна служба та відділ соціально-психологічної роботи;</li> <li>- Smart-укриття CLUST SPACE в КПІ ім. Ігоря Сікорського (перше в Україні багатофункціональне укриття для студентів площею 600 м<sup>2</sup>), яке поєднує функції безпечного укриття на 500 осіб із сучасним коворкінгом, забезпечуючи безперервний освітній процес під час війни та платформу для інновацій і співпраці молоді з бізнесом; а також укриття в навчальних корпусах;</li> <li>- безпека перебування на території забезпечується власною службою безпеки, а також відділом Національної поліції, який розташований на території Кампусу;</li> <li>- для реалізації інклюзивної освіти корпуси КПІ ім. Ігоря Сікорського обладнані пандусами, а також реалізуються заходи відповідно до Положення «Про організацію інклюзивного навчання у КПІ ім. Ігоря Сікорського».</li> </ul>	<p>In accordance with the technological requirements for the material and technical support of educational activities of the appropriate level of HE, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 30.12.2015 № 1187 in the current version.</p> <p>Applicants of the educational program have access to the material and technical base of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute, which is one of the largest in Ukraine and, in particular, includes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The campus of the National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute" covers an area of about 120-160 hectares, where there are modern educational buildings equipped for education, research and sports, as well as dormitories that provide comfortable accommodation for students with different conditions and costs, organically combining opportunities for intellectual, cultural development and recreation;</li> <li>- Scientific and technical library named after G.I. Denysenko Scientific and Technical Library of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute. Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute is a leading information and library center that provides students, teachers and researchers of the university with access to an extensive collection of scientific and educational literature, including books, journals, electronic resources and databases such as Scopus and Web of Science, offers modern reading rooms, computerized workstations, coworking spaces, as well as information retrieval services, consultations, academic literacy training and support for scientific publications, promoting innovation and research activities;</li> <li>- modern IT support, including a computer classroom, access to the Internet via free wi-fi on the campus;</li> <li>- information learning technologies, in particular, a) Electronic Campus (an integrated digital platform that supports the educational process by providing students and teachers with access to educational resources, timetables, e-courses, assignment submission systems, communication tools and academic process management, facilitating effective remote learning and university administration); b) the Sikorsky Distance Learning Platform, which provides teachers and students with ample opportunities to use modern distance learning technologies, develop web resources for academic disciplines, organize interactive interaction, and manage the distance learning process;</li> <li>- canteen, medical center, center for physical education and sports (with a swimming pool, climbing wall, outdoor stadium, tennis courts), recreation areas, center for culture and arts, State Polytechnic Museum, art space "Tower";</li> <li>- recreation centers, student social service and the department of social and psychological work;</li> <li>- The CLUST SPACE smart shelter at Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (the first multifunctional shelter for students in Ukraine with an area of 600 m<sup>2</sup>), which combines the functions of a safe shelter for 500 people with a modern coworking space, ensuring a continuous educational process during the war and a platform for innovation and cooperation between young people and businesses; as well as shelters in educational buildings;</li> <li>- safety of staying on the territory is ensured by our own security service, as well as by the National Police Department, which is located on the campus;</li> <li>- for the implementation of inclusive education, the buildings of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute are equipped with ramps, and measures are being taken in accordance with the Regulation "On the organization of inclusive education at Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute".</li> </ul>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення / Information and methodological support of the educational process</b>	
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми відбувається відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО, затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції. Інформаційне забезпечення навчального процесу в КПІ ім. Ігоря Сікорського реалізується через електронний кампус, який включає цифрові платформи для доступу до навчальних матеріалів, розкладу, електронних курсів, системи здачі завдань, бібліотечних ресурсів, а також комунікаційних інструментів для взаємодії студентів і викладачів, забезпечуючи ефективне управління освітнім процесом і підтримку дистанційного та змішаного навчання. Всі освітні компоненти забезпечені навчально-методичними матеріалами на інформаційних ресурсах Університету, зокрема: Електронному архіві КПІ ім. Ігоря Сікорського (ELAKPI), платформі дистанційного навчання «Сікорський» (Sikorsky Distance Learning Platform), Електронному кампусі (E-Campus). Науково-технічна бібліотека ім. Г. І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського є однією з найбільших серед університетів України офлайн та онлайн фондами з науковими, навчально-методичними та навчальними виданнями, забезпечує доступ до електронних ресурсів та баз даних, у тому числі Scopus і Web of Science, пропонує послуги з інформаційного пошуку, консультацій, тренінгів із академічної грамотності та доброчесності. Інформаційний портал kpi.ua, який є одним з найпотужніших в Україні серед університетів, містить всю необхідну оперативну та актуальну інформацію щодо навчального процесу, подій та заходів, що відбуваються в Університеті, можливостей щодо наукової, навчальної та спортивно-оздоровчої інформації, а також містить у відкритому доступі всю необхідну нормативно-правову інформацію щодо реалізації освітнього процесу. Оперативне інформування здобувачів вищої освіти відбувається також через канали месенджерів Університету, факультету, кафедри.</p>	<p>Information and educational and methodological support of the educational program is carried out in accordance with the technological requirements for educational and methodological and information support of educational activities of the appropriate level of HE, approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 30.12.2015 № 1187 in the current version.</p> <p>Information support of the educational process at Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute is implemented through the electronic campus, which includes digital platforms for access to educational materials, timetable, e-courses, assignment submission systems, library resources, as well as communication tools for student and teacher interaction, ensuring effective management of the educational process and support for distance and blended learning. All educational components are provided with teaching and learning materials on the University's information resources, in particular: Electronic Archive of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (ELAKPI), Sikorsky Distance Learning Platform, Electronic Campus (E-Campus). Scientific and Technical Library named after G.I. Denysenko of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute is one of the largest offline and online collections of scientific, educational and methodological publications among Ukrainian universities, provides access to electronic resources and databases, including Scopus and Web of Science, offers information search services, consultations, and training in academic literacy and integrity. The information portal kpi.ua, which is one of the most powerful in Ukraine among universities, contains all the necessary prompt and up-to-date information about the educational process, events and activities taking place at the University, opportunities for scientific, educational, sports and recreational information, and also contains all the necessary regulatory and legal information on the implementation of the educational process in the public domain. Prompt informing of higher education students is also duplicated through the messenger channels of the University, faculty, department.</p>

<b>9 - Академічна мобільність / Academic mobility</b>	
<b>Національна кредитна мобільність / National credit mobility</b>	
Здобувачі вищої освіти за ОП "Промисловий маркетинг" мають можливість академічної мобільності у відповідності з угодами, підписаними Університетом, відповідно до Положення про академічну мобільність КПІ ім. Ігоря Сікорського ( <a href="https://osvita.kpi.ua/node/124">https://osvita.kpi.ua/node/124</a> ).	Applicants for higher education in the program "Industrial Marketing" have the opportunity for academic mobility in accordance with the agreements signed by the University in accordance with the Regulations on Academic Mobility of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute ( <a href="https://osvita.kpi.ua/node/124">https://osvita.kpi.ua/node/124</a> ).
<b>Міжнародна кредитна мобільність / International credit mobility</b>	
Програмою дозволяється міжнародна академічна мобільність (зокрема, Еразмус+) відповідно до Положення про академічну мобільність КПІ ім. Ігоря Сікорського ( <a href="https://osvita.kpi.ua/node/124">https://osvita.kpi.ua/node/124</a> ). За інформаційну підтримку та документосупровід в питаннях академічного обміну студентів, а саме: інформування та консультування, координацію програм, розвиток співпраці з українськими та закордонними університетами, організацію інформаційних заходів, спрямованих на популяризацію програм, відповідає Відділ академічної мобільності КПІ ім. Ігоря Сікорського ( <a href="https://mobilnist.kpi.ua/">https://mobilnist.kpi.ua/</a> ).	The program allows international academic mobility (in particular, Erasmus+) in accordance with the Regulations on Academic Mobility of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute ( <a href="https://osvita.kpi.ua/node/124">https://osvita.kpi.ua/node/124</a> ). The Department of Academic Mobility of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute ( <a href="https://mobilnist.kpi.ua/">https://mobilnist.kpi.ua/</a> ) is responsible for information support and documentary support in matters of academic exchange of students, namely: informing and consulting, program coordination, development of cooperation with Ukrainian and foreign universities, organization of information events aimed at popularizing programs.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти / Study of foreign applicants of higher education</b>	
Для іноземних громадян навчання проводиться державною (українською) мовою.	For foreign citizens, training is conducted in the state (Ukrainian) language.
<b>10 - Процедура присвоєння професійних кваліфікацій / Procedure for awarding professional qualifications</b>	
Присвоєння професійної кваліфікації не передбачено.	The awarding of a professional qualification is not provided.

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPONENTS of EDUCATIONAL PROGRAMME

Код/Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ECTS/ECTS credits	Форма підсумкового контролю / Final control form
<b>НОРМАТИВНІ освітні компоненти/Required (standard) components</b>			
<b>Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки/General training cycle</b>			
30 01	Наукові дослідження в маркетингу / Scientific Research in Marketing	3.0	Залік / Final test
30 02	Сталий розвиток промислового підприємства / Sustainable Development of an Industrial Enterprise	2.0	Залік / Final test
30 03	Практичний курс іноземної мови для ділової комунікації / Practical Foreign Language Course for Business Communication	3.0	Залік / Final test
30 04	Управління стартап-проектами / Startup Project Management	3.0	Залік / Final test
<b>Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки /Professional training cycle</b>			
ПО 01	Стратегічний маркетинг і діджитал стратегії / Strategic Marketing and Digital Strategies	5.0	Екзамен / Exam
ПО 02	Стратегічний маркетинг і діджитал стратегії. Курсова робота / Strategic Marketing and Digital Strategies. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 03	Маркетинговий менеджмент / Marketing Management	4.0	Залік / Final test
ПО 04	Поведінка індустріальних споживачів / Industrial Consumer Behavior	5.0	Екзамен / Exam
ПО 05	Перфоманс маркетинг / Performance Marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 06	Маркетинг інновацій на промисловому ринку / Marketing of Innovations in the Industrial Market	5.0	Залік / Final test
ПО 07	Маркетинг інновацій на промисловому ринку. Курсова робота / Marketing of Innovations in the Industrial Market. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 08	Практика / Practice	14.0	Залік / Final test
ПО 09	Виконання магістерської дисертації / Completion of Master's Dissertation	16.0	Захист / Defence
<b>ВИБІРКОВІ освітні компоненти/Elective components</b>			
<b>Вибіркові компоненти циклу професійної підготовки/Professional training cycle</b>			
ПВ 01	Освітній компонент 1 Ф-Каталогу / Educational Component 1 from P-Catalogue	5.0	Екзамен / Exam
ПВ 02	Освітній компонент 2 Ф-каталогу / Educational Component 2 from P-Catalogue	5.0	Екзамен / Exam
ПВ 03	Освітній компонент 3 Ф-каталогу / Educational Component 3 from P-Catalogue	5.0	Екзамен / Exam
ПВ 04	Освітній компонент 4 Ф-каталогу / Educational Component 4 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 05	Освітній компонент 5 Ф-каталогу / Educational Component 5 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
Загальний обсяг обов'язкових компонентів / Total volume of the required components:		67	
Загальний обсяг вибірових компонентів / Total volume of the elective components:		23	
Обсяг освітніх компонентів, що забезпечують здобуття компетентностей визначених стандартом вищої освіти / Total volume of the educational components aimed at acquisition of competencies specified in the Higher Education Standard:		67	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / TOTAL VOLUME OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME</b>		<b>90</b>	



#### **4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ / THE FORM OF ATTESTATION FOR DEGREE PURSUERS**

Відповідно до Стандарту вищої освіти України, затвердженого Наказом МОН України № 960 від 10.07.2019 року атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Промисловий маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи (магістерської дисертації) та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня магістра з присвоєнням освітньої кваліфікації «магістр маркетингу». Кваліфікаційна робота проходить обов'язкову перевірку на наявність академічного плагіату та після захисту розміщується в електронному архіві Науково-технічної бібліотеки ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського (ELAKPI) для вільного доступу (<https://ela.kpi.ua/collections/0357011a-6bcf-4818-88dd-c79dd795dbf3>).

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.

In accordance with the Standard of Higher Education of Ukraine, approved by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 960 of 10.07.2019, certification of higher education applicants in the educational and professional program "Industrial Marketing", specialty D5 Marketing is carried out in the form of a public defense of qualification work (master's thesis) and ends with the issuance of a standardized document on the award of a master's degree with the award of an educational qualification "Master of Marketing". The qualification work is subject to mandatory checks for academic plagiarism and, after defense, is placed in the electronic archive of the H.I. Denysenko Scientific and Technical Library of the Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute (ELAKPI) for free access (<https://ela.kpi.ua/collections/0357011a-6bcf-4818-88dd-c79dd795dbf3>).

The qualification work should provide for the solution of a complex specialized task or problem in the field of modern marketing, which involves research and/or innovation and is characterized by uncertainty of conditions and requirements. The qualification work must not contain academic plagiarism, including incorrect textual borrowings, fabrication and falsification. The qualification work must be published on the official website of the higher education institution, its subdivision or posted in its repository. The publication of qualification papers containing information with restricted access is carried out in accordance with the requirements of the current legislation.

**5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ  
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME COMPETENCIES WITH  
PROGRAMME COMPONENTS**

	ЗО 01	ЗО 02	ЗО 03	ЗО 04	ПО 01	ПО 02	ПО 03	ПО 04	ПО 05	ПО 06	ПО 07	ПО 08	ПО 09
ЗК 01	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X
ЗК 02						X	X			X	X		X
ЗК 03					X	X	X		X			X	X
ЗК 04				X								X	
ЗК 05			X									X	
ЗК 06	X				X	X	X		X			X	X
ЗК 07				X		X						X	
ЗК 08				X									X
ЗК 09		X											X
ФК 01					X	X	X	X	X	X	X		X
ФК 02					X	X	X	X	X	X	X	X	X
ФК 03		X				X						X	X
ФК 04						X				X		X	X
ФК 05				X	X	X	X		X	X	X	X	X
ФК 06					X		X		X				X
ФК 07					X	X				X	X		X
ФК 08							X		X			X	
ФК 09	X					X						X	X
ФК 10								X					
ФК 11				X						X	X		

**6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME LEARNING OUTCOMES WITH PROGRAMME COMPONENTS**

	ЗО 01	ЗО 02	ЗО 03	ЗО 04	ПО 01	ПО 02	ПО 03	ПО 04	ПО 05	ПО 06	ПО 07	ПО 08	ПО 09
ПРН 01					X	X	X		X	X	X	X	X
ПРН 02		X			X	X	X	X		X	X		X
ПРН 03	X				X	X						X	X
ПРН 04					X	X				X	X		X
ПРН 05	X		X			X					X	X	X
ПРН 06				X		X	X		X				X
ПРН 07							X						X
ПРН 08			X									X	X
ПРН 09					X	X	X		X				X
ПРН 10		X		X	X	X	X	X	X	X	X		X
ПРН 11					X	X						X	X
ПРН 12					X	X	X		X			X	X
ПРН 13							X						X
ПРН 14				X									X
ПРН 15		X		X	X	X	X		X	X	X	X	X
ПРН 16				X						X	X		
ПРН 17								X					