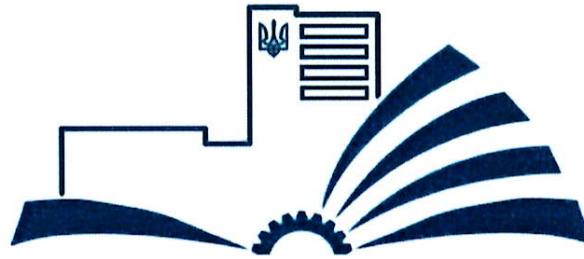


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

(протокол № 7 від 27.08.2019)

Освітня програма введена в дію з 01.09.2019.

Наказ № 94 від «27» серпня 2019 р.

Зі змінами в редакції,
затвердженій Вченою радою
від «22» лютого 2021 р., протокол № 2,
Наказ № 4 / від «22» лютого 2021 р.
Голова Вченої ради,
Ректор / О.О.Новомлинець/

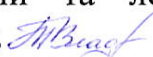
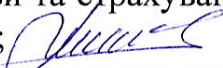



Чернігів – 2019

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, що регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Розроблено робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

1. Забаштанська Тетяна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка»; 
2. Ільчук Валерій Петрович, доктор економічних наук, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Національного університету «Чернігівська політехніка»; 
3. Рябова Тетяна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка». 

Додаються рецензії та відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Бородавко Олександр В'ячеславович, заступник директора філії з розвитку мережі Чернігівської дирекції ПАТ «УКРПОШТА».
2. Жидок Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, керівник регіонального представництва торговельного агентства «Western Bid».
3. Рись Ольга Олександрівна, координатор Чернігівського ІТ-кластеру «Chernihiv.IT».

Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Національний університет «Чернігівська політехніка» Навчально-науковий інститут економіки Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Магістр маркетингу Другий (магістерський) рівень.
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма підготовки магістрів, «Маркетинг».
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом магістра, на основі освітнього ступеня бакалавр – 90 кредитів ЄКТС.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитація освітньо-професійної програми «Маркетинг» за рівнем вищої освіти другий (магістерський). Сертифікат про акредитацію серія УД № 26014123. Термін дії сертифіката до 01.07.2024р.
<i>Цикл/рівень</i>	НРК – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень.
<i>Передумови</i>	Наявність освітнього ступеня бакалавр.
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	https://op.stu.cn.ua/view/total_view.php
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньо-професійної програми є формування у майбутнього професіонала здатності розв'язувати складні задачі і проблемні питання в сфері маркетингу в професійній діяльності, що обумовлюється здійсненням досліджень та характеризується невизначеністю умов та вимог.	

3 – Характеристика освітньої програми

<p><i>Предметна область</i> (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</p>	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Обсяг навчальної програми (90 кредитів ЄКТС) складається з циклу дисциплін загальної підготовки – 7 кредитів; циклу дисциплін професійної підготовки – 53 кредити; дослідницької компоненти переддипломна практика – 14 кредитів, підготовка до атестації – 16 кредитів. При цьому обсяг навчальних дисциплін за вільним вибором студента становить 24 кредити (26,7%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єктом вивчення</i> є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <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 характеризується невизначеністю умов і вимог. • <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 типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p><i>Орієнтація освітньої програми</i></p>	<p>Освітньо-професійна.</p>
<p><i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i></p>	<p>Освітньо-професійна програма «Маркетинг» фокусується на забезпеченні здатності засвоєння передових наукових досягнень з метою використання набутих знань для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або розробки, впровадження маркетингових інновацій в бізнес-проектах та використання digital-технології в маркетинговій діяльності суб'єктів ринкових відносин, що характеризується невизначеністю умов та вимог та передбачає формування уміння.</p>

	<p>Оновлення освітньої програми здійснюється з урахуванням сучасних тенденцій розвитку теорії і практики маркетингу в Україні та світі.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, товар, бізнес-середовище, маркетингові дослідження, стратегічний маркетинг, маркетингові інновації, startup marketing, digital-маркетинг.</p>
<i>Особливості програми</i>	<p>Програма орієнтована на підготовку маркетологів з врахуванням вимог ринку праці, з проходженням переддипломної практики на підприємствах, установах та організаціях всіх форм власності з метою підвищення рівня знань та навичок з управління маркетинговою діяльністю з врахуванням проведення досліджень та/або здійснення інновацій за умов мінливості зовнішнього середовища.</p> <p>Змістовна унікальність програми полягає в тому, що вона включає наступні аспекти підготовки: застосування знань з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу, проведення на належному рівні теоретичних та прикладних дослідження у сфері маркетингу, впровадження маркетингових інновацій в бізнес- та startup-проектах, використання можливостей digital-технологій у маркетинговій діяльності ринкового суб'єкта.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	<p>Магістр зі спеціальності 075 Маркетинг ОПП «Маркетинг» здатний виконувати професійні роботи за Державним класифікатором професій ДК 003:2010:</p> <p>1231 Керівник (директор, начальник та ін.) департаменту; Начальник управління</p> <p>1233 Директор з маркетингу; Директор комерційний, Начальник відділу збуту (маркетингу); Начальник комерційного відділу</p> <p>1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)</p> <p>1312 Директор (керівник) малого промислового підприємства (фірми)</p> <p>1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми</p> <p>1317 Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.); Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.)</p> <p>1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій</p> <p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу</p> <p>1475.4 Менеджер (управитель) з логістики; Менеджер (управитель) з постачання; Менеджер (управитель) із збуту; Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами</p> <p>2310.2 Викладач вищого навчального закладу</p> <p>2419.1 Молодший науковий співробітник (маркетинг,</p>

	<p>ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)</p> <p>2419.2 Економіст із збуту; Консультант з маркетингу; Логіст; Рекламист; Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p>
<i>Подальше навчання</i>	Особа має право на продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	<p>Основні підходи, методи та технології, що використовуються у даній програмі: проблемно-орієнтоване та студенто-центроване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, навчання з використанням програм для відео-конференцій (Microsoft Office 365, MS Teams, Zoom, Skype), самонавчання, навчання на основі досліджень.</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, лабораторних занять, консультацій з викладачами, самостійного навчання, індивідуальних занять.</p>
<i>Оцінювання</i>	<p>Поточний контроль: усні відповіді, тестування, контрольні (модульні) роботи, аналіз статей, презентації результатів індивідуальних та групових завдань, вирішення ситуаційних вправ, а також захист контрольних, розрахункових робіт, курсової роботи.</p> <p>Підсумковий контроль: екзамени, заліки, захист звіту з переддипломної практики, кваліфікаційна робота.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється: за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100 бальною шкалою, ECTS (A, B, C, D, E, FX).</p>
6 – Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу, професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<i>Загальні компетентності</i>	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з</p>

	<p>різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>ЗК9. <i>Здатність до ініціативності, відповідальності та навички до превентивного і аварійного планування, управління заходами безпеки професійної діяльності, уміння приймати рішення у складних та непередбачуваних ситуаціях, лідерські якості та знання міжнародних норм і законодавства України у сфері безпеки життєдіяльності населення, системи управління охороною праці та цивільного захисту.</i></p>
<p>Спеціальні (фахові) компете- нтності</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p><i>СК10. Здатність розробляти та впроваджувати маркетингові інновації в бізнес- та startup-проектах.</i></p> <p><i>СК11. Здатність використовувати digital-технології з метою ефективного просування продукції на ринок.</i></p>
7 – Програмні результати навчання	
ПРН1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу,

	аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ПРН4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
ПРН6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
ПРН12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
ПРН13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН16	<i>Застосовувати навички безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи.</i>
ПРН17	<i>Оцінювати ефективність маркетингових інноваційних проєктів.</i>
ПРН18	<i>Застосовувати можливості digital-технологій у маркетинговій діяльності підприємств.</i>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Науково-педагогічні працівники, залучені до викладання дисциплін програми, мають наукові ступені та підтверджений рівень наукової та професійної активності. Наукові інтереси викладачів відповідають дисциплінам, що ними викладаються.
<i>Матеріально-технічне</i>	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на достатньому рівні,

<i>забезпечення</i>	використовуючи комп'ютерний клас (для лабораторних занять); навчальні аудиторії, обладнані мультимедійними проекторами; графічні планшети, екшн-камеру. Здобувачі вищої освіти мають доступ до бібліотеки, мережі Інтернет через WiFi. Наукова бібліотека Університету укомплектована науковою, методичною та періодичною фаховою літературою.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	Навчально-методичне забезпечення усіх компонентів освітньо-професійної програми представлено в системі дистанційного навчання Moodle. Інформаційне забезпечення дисциплін включає періодичні видання «Маркетинг в Україні», «Маркетинг та реклама», які представлені в бібліотеці Університету. Програмне забезпечення включає застосунок MS Teams для онлайн спілкування, доступ до професійної версії програми «Canva Pro».
9 – Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	На основі договорів між Національним університетом «Чернігівська політехніка» та закладами вищої освіти України.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	На основі договорів між Національним університетом «Чернігівська політехніка» та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів, включаючи програму Еразмус+ (KA1).

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4	З
ОК 2	Цивільний захист та охорона праці в галузі	3	З
ОК 3	Фінансовий менеджмент бізнес-середовища	3	З
ОК 4	Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу	4	Е
ОК 5	Стратегічний маркетинг	6	Е, КРС
ОК 6	Startup Marketing	4	Е
ОК 7	Маркетинговий менеджмент	4	Е
ОК 8	Товарна інноваційна політика	4	З
ОК 9	Digital Marketing Advanced	4	Е
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		36	-
Вибіркові компоненти ОП			
Навчальні дисципліни за вільним вибором здобувача вищої освіти			
ВК 1	Управління якістю в маркетинговій діяльності	4	Е
ВК 2	Глобальні маркетингові стратегії бізнесу	4	Е
ВК 3	Рекламний менеджмент	4	Е
ВК 4	Управління продажами	4	Е
ВК 5	Торгівельно-посередницька діяльність в маркетингу	4	Е
ВК 6	Маркетинг територій	4	Е
ВК 7	Social Marketing	4	З
ВК 8	Sustainable Development	4	З
ВК 9	Маркетингова політика розподілу і збуту	4	З
ВК 10	Маркетингова логістика	4	З
ВК 11	Рекламний креатив	4	З
ВК 12	Дисципліна на вибір з іншої ОП	4	З
Загальний обсяг вибірових компонент:		24	-
Практична підготовка			
П 1	Переддипломна практика	14	З
Усього на практичну підготовку:		14	-
ПА	Підготовка до атестації	16	-
Усього за атестацію:		16	-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	-

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Семестр	Види навчальної діяльності
I семестр 30 кредитів	Дисципліни спеціальності ОК 1 (2 кр.), ОК 2 (3 кр.), ОК 3 (3 кр.), ОК 4 (4 кр.), ОК 5 (6 кр.), ОК 6 (4 кр.), ОК 7 (4 кр.), ОК 8 (4 кр.) Дисципліни циклу загальної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) – 5 кр. Дисципліни циклу професійної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) – 25 кр.
II семестр 30 кредитів	Дисципліни спеціальності ОК 1 (2 кр.), ОК 9 (4 кр.), ВК 1-12 (24 кр.) Дисципліни циклу загальної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) – 2 кр. Дисципліни циклу професійної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) – 4 кр. Дисципліни циклу професійної підготовки (за вільним вибором здобувача вищої освіти) – 24 кр.
III семестр 30 кредитів	Переддипломна практика (П 1) – (14 кр.) Підготовка до атестації (ПА) – 16 кр.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація осіб, які здобувають ступінь магістра маркетингу, здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, провідних науковців, відповідно до Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти Національного університету «Чернігівська політехніка». Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	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.

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	П 1	ПА	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	
ПРН1				+					+	+	+						+						
ПРН2								+		+	+			+					+			+	
ПРН3				+							+												
ПРН4					+																		
ПРН5	+			+							+												
ПРН6						+																	
ПРН7					+			+		+	+			+		+							+
ПРН8	+					+												+					
ПРН9							+			+	+									+			
ПРН10			+				+			+	+		+										
ПРН11					+																		
ПРН12					+																		
ПРН13							+			+	+	+											
ПРН14							+								+								
ПРН15									+														
ПРН16		+																					
ПРН17						+		+															
ПРН18									+														

Перелік використаних джерел

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій (Редакція від 02.07.2020р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#n12>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>
7. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>.
8. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти: Постанова від 30.12.2015 р. №1187 / Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>.
9. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти. МОН.: Київ, 2019. 12 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/uploads/public/5d5/aa2/b84/5d5aa2b84482b488579088.pdf>.
10. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf.
11. Порядок розробки, затвердження, моніторингу та закриття освітніх програм у Національному університеті «Чернігівська політехніка», рекомендований Вченою радою Національного університету «Чернігівська політехніка» від 31.08.2020 р. протокол № 6. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2020. 6 с. URL: <https://www.stu.cn.ua/media/files/pdf/nzop/p-rozr-op2.pdf>.
12. Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти НУ «Чернігівська політехніка», затверджене Наказом ректора НУ «Чернігівська політехніка» від 31.08.2020 р. №6 URL: <https://www.stu.cn.ua/media/files/pdf/nzop/p-ekzam2.pdf>.
13. International Standard Classification of Education ISCED 2011. URL:

<http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isc-ed-2011-en.pdf>.

14. International Standard Classification of Education: Fields of education and training 2013 (ISCED-F 2013). Detailed field descriptions. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-field-descriptions-2015-en.pdf>.

15. Manual to Accompany the International Standard Classification of Education 2011. URL: <http://uis.unesco.org/en/topic/international-standard-classification-education-isc-ed>.

16. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) та загальними компетентностями та прикладами стандартів. URL: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.

17. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад. : В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В.Г.Кременя. К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. 100 с. URL: <http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovdzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=83:hlosarii-terminiv-vyshchoi-osvity-2014-r-onovlene-vydannia-z-urakhuvanniam-polozhen-novoho-zakonu-ukrainy-pro-vyshchu-osvitu&start=80>.

18. Рашкевич Ю. М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти. URL: <http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovdzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=82:bolonskyi-protseesu-nova-paradyhma-vyshchoi-osvity-yu-rashkevych&start=80>.

19. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. URL: <http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovdzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=88:rozvytok-systemy-zabezpechennia-iakosti-vyshchoi-osvity-ukrainy&start=80>.

20. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації / Авт.: В. М. Захарченко, В. І. Луговий, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. 120 с. URL: <http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovdzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=84:rozroblennia-osvitnikh-prohram-metodychni-rekomendatsii&start=80>.