

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

Голова Вченої ради

_____ С.М. Шкарлет

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

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2024р.

Ректор _____ О.О. Новомлинець

(наказ № ___ від «__» _____ 20__ р.)

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проектною групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

1. Вербицька Анна Вікторівна, кандидат наук з державного управління, доцент, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка» - гарант ОП;
2. Ільчук Валерій Петрович, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка»;
3. Рябова Тетяна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка».

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 на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

Додаються рецензії та відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Гатченко Аліна Володимирівна, директор з маркетингу «SendPulse».
2. Жидок Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, керівник регіонального представництва торговельного агентства «Western Bid».
3. Руденко Марія Юріївна, директорка Агенції регіонального розвитку Чернігівської області.
4. Сорока Богдан Іванович, координатор Чернігівського ІТ-кластеру «Chernihiv.IT».
5. Бородавко Олександр В'ячеславович, заступник директора філії з розвитку мережі Чернігівської дирекції ПАТ «УКРПОШТА».

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 «Маркетинг».
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1, 4 роки.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитаційна комісія. Україна. Сертифікат УД № 26014123 від 04.11.2020. Термін дії 01.07.2024.
<i>Цикл/рівень</i>	НРК – 7 рівень, FQ-ЕНЕА – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень.
<i>Передумови</i>	Наявність освітнього ступеня бакалавр.
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	До заміни новою.
<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 (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</i></p>	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»</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>Загальна освіта у галузі 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг».</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>Ключові слова: маркетинг, товар, бізнес-середовище, маркетингові дослідження, стратегічний маркетинг, маркетингові інновації, startup marketing, digital-маркетинг.</p>
<p><i>Особливості програми</i></p>	<p>Програма орієнтована на підготовку маркетологів з врахуванням вимог ринку праці, з проходженням</p>

	<p>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, 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;</p>

	Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку
<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>	Основні підходи, методи та технології, що використовуються у даній програмі: проблемно-орієнтоване та студентоцентроване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, навчання з використанням програм для відео-конференцій (Microsoft Office 365, MS Teams), самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, лабораторних занять, консультацій з викладачами, самостійного навчання, індивідуальних занять.
<i>Оцінювання</i>	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. Підсумковий контроль: екзамени, заліки, захист звіту з переддипломної практики, кваліфікаційна робота. 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).
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>	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК9. 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

	<p>безпеки життєдіяльності населення, системи управління охороною праці та цивільного захисту.</p> <p><i>ЗК 10. Здатність спілкування іноземною мовою як усно так і письмово.</i></p>
<p><i>Спеціальні (фахові) компетентності</i></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>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
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>Вміти забезпечувати гарантії збереження здоров'я і працездатності працівників у виробничих умовах через ефективне управління охороною праці та формування відповідальності за колективну та власну безпеку; використовувати методи превентивного та аварійного планування, керувати заходами з безпеки професійної діяльності, приймати рішення у складних та непередбачуваних ситуаціях, вирішувати професійні завдання з урахуванням вимог цивільного захисту та охорони праці.</i>
ПРН17	<i>Оцінювати ефективність маркетингових інноваційних проектів.</i>
ПРН18	<i>Застосовувати можливості digital-технологій у маркетинговій діяльності підприємств.</i>
ПРН19	<i>Спілкуватися іноземною мовою як усно так і письмово, отримувати необхідну інформацію з іноземних джерел професійної тематики; здійснювати усну та писемну комунікацію іноземною мовою в типових ситуаціях професійного спілкування.</i>

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

<i>Кадрове забезпечення</i>	Науково-педагогічні працівники, залучені до викладання дисциплін програми, мають наукові ступені та підтверджений
-----------------------------	---

	<p>рівень наукової та професійної активності. Наукові інтереси викладачів відповідають дисциплінам, що ними викладаються. Науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики, що забезпечують освітню програму, є членами громадських організацій «Української асоціації маркетингу» та «Об'єднання маркетологів України», що сприяє консолідації зусиль науковців при удосконаленні освітніх програм з метою забезпечення оволодіння здобувачами навичками, необхідними для їх подальшої професійної діяльності.</p> <p>Викладацький склад, який забезпечує реалізацію освітньої програми, відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти.</p>
<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	<p>Матеріально-технічне забезпечення кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики дозволяє повністю забезпечити навчальний процес протягом всього циклу підготовки здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг».</p> <p>При проведенні лекційних, практичних та лабораторних занять з навчальних дисциплін використовуються навчальні аудиторії, обладнані технічними засобами навчання, а саме: мультимедійними проекторами, графічними планшетами, екшн-камерою, а також комп'ютерні класи оснащені сучасними персональними комп'ютерами, підключеними до локальної комп'ютерної мережі університету та з виходом до Internet.</p>
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	<p>Навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін (робочі програми, силабуси, конспекти лекцій, методичні матеріали для проведення практичних (лабораторних) занять, самостійної та індивідуальної роботи здобувачів вищої освіти, курсових робіт, завдання для поточного та підсумкового оцінювання знань, перелік рекомендованої літератури тощо) представлено в системі дистанційного навчання MOODLE НУ «Чернігівська політехніка».</p> <p>Здобувачі вищої освіти та викладачі можуть використовувати бібліотечно-інформаційну систему, наукову бібліотеку Університету. Інформаційні ресурси бібліотеки за освітньою програмою формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у галузі. Ресурси Наукової бібліотеки НУ «Чернігівська політехніка» доступні через внутрішню та зовнішню мережу.</p>
9 – Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	<p>Реалізується в Університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу НУ «Чернігівська політехніка». Здійснюється на основі двосторонніх договорів між НУ «Чернігівська політехніка» та закладами вищої освіти</p>

	України. 18 Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до Порядку визначення академічної різниці та визнання результатів попереднього навчання в Національному університеті «Чернігівська політехніка».
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Реалізується в Університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу НУ «Чернігівська політехніка». Здійснюється на основі двосторонніх договорів між НУ «Чернігівська політехніка» та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів. Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у програмі Еразмус + та інших програмах.
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства, Порядку організації набору та навчання (стажування) іноземців та осіб без громадянства у НУ «Чернігівська політехніка»

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	Академічна англійська мова	4	Диф. залік
ОК 2	Цивільний захист та охорона праці в галузі	3	Диф. залік
ОК 3	Фінансовий менеджмент бізнес-середовища	3	Диф. залік
ОК 4	Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу	4	Екзамен
ОК 5	Стратегічний маркетинг	6	Екзамен, КРС
ОК 6	Startup Marketing	4	Екзамен
ОК 7	Маркетинговий менеджмент	4	Екзамен
ОК 8	Товарна інноваційна політика	4	Диф. залік
ОК 9	Digital Marketing Advanced	4	Екзамен
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	Екзамен
ВК 2	Торгівельно-посередницька діяльність в маркетингу	4	Екзамен
ВК 3	Рекламний менеджмент	4	Екзамен
ВК 4	Креативна стратегія	4	Екзамен
ВК 5	Бізнес-моделі розвитку інноваційних підприємств	4	Екзамен
ВК 6	Brand Management	4	Екзамен
ВК 7	Social Marketing	4	Диф. залік
ВК 8	Sustainable Development	4	Диф. залік
ВК 9	Маркетингова логістика	4	Диф. залік
ВК 10	Управління ланцюгами постачань	4	Диф. залік
ВК 11	Управління маркетингом в ММСБ	4	Диф. залік
ВК 12	Маркетингова аналітика в бізнес-середовищі	4	Диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		24	-
Практична підготовка			
П 1	Переддипломна практика	16	Диф. залік
Усього на практичну підготовку:		16	-
ПА	Підготовка до атестації у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи	14	-
Усього за атестацію:		14	-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	-

2.2 Структурно-логічна схема ОП

1 семестр	2 семестр	3 семестр	ЗАХИСТ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ			
ОК 1 Академічна англійська мова	ОК 1 Академічна англійська мова	П 1 Переддипломна практика	
ОК 2 Цивільний захист та охорона праці в галузі	ОК 9 Digital Marketing Advanced		
ОК 3 Фінансовий менеджмент бізнес-середовища			
ОК 4 Методологія і організація наукових досліджень у маркетингу			
ОК 5 Стратегічний маркетинг			
ОК 6 Startup Marketing			
ОК 7 Маркетинговий менеджмент			
ОК 8 Товарна інноваційна політика			
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ			
	ВК 1 Управління маркетингом в ММСБ		
	ВК 2 Маркетингова аналітика в бізнес-середовищі		
	ВК 3 Рекламний менеджмент		
	ВК 4 Креативна стратегія		
	ВК 5 Торгівельно-посередницька діяльність в маркетингу		
	ВК 6 Brand management		
	ВК 7 Social Marketing		
	ВК 8 Sustainable Development		
	ВК 9 Маркетингова логістика		
	ВК 10 Управління ланцюгами постачань		
	ВК 11 Управління якістю в маркетинговій діяльності		
	ВК 12 Дисципліна на вибір з іншої ОП		

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	<p>Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі відкритого та публічного захисту кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>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».</p> <p>Атестація завершується видачею документу встановленого зразка про присудження випускнику ступеня магістра із присвоєнням освітньої кваліфікації. Магістр маркетингу.</p>
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	<p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота розміщується у репозитарії Наукової бібліотеки Університету. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

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	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4	БК 5	БК 6	БК 7	БК 8	БК 9	БК 10	БК 11	БК 12
ПРН1				+					+	+	+							+			+		
ПРН2								+		+	+			+					+				
ПРН3				+							+												
ПРН4					+																		
ПРН5				+							+												
ПРН6						+																	
ПРН7					+			+		+	+				+								
ПРН8							+																
ПРН9							+			+	+						+						
ПРН10			+				+			+	+	+											
ПРН11					+																		+
ПРН12					+																		
ПРН13							+			+	+											+	
ПРН14							+						+							+			
ПРН15									+														
ПРН16		+																					
ПРН17						+		+								+							
ПРН18									+														
ПРН19	+																						

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. (Затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 № 1648). URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/proekty%20standartiv%20vishcha%20osvita/1648.pdf>
7. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 (редакція від 24.02.2020р.) 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 (редакція від 04.05.2020р.) / 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. 14 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.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 (із змінами від 30.11.2021р.). Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2020. 6 с. URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/poryadok-rozrobky-zatverdzhennya-monitoringu-ta-zakryttya-osvitnih-program.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 (із змінами від 28.11.2022р.) URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/polozhennya-pro-poryadok-stvorennya-ta-organizacziyu-roboty-ek-dlya-atestacziyi-zdobuvachiv-vo.pdf>

13. International Standard Classification of Education ISCED 2011. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-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-isced>.

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

17. Рекомендації з розробки освітніх програм для науково-педагогічних працівників у Національному університеті «Чернігівська політехніка» «Освітні програми. Побудова, викладення, оформлення та зміст» URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/metod-rekom-z-rozrobky-op-dlya-npp.pdf>