

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

2022 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«МАРКЕТИНГ»**

Другогорівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
Кваліфікація: Магістр маркетингу

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
**ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»**

Голова вченої ради

Леонід ТОВАЖНЯНСЬКИЙ

Протокол № 4 від «25» травня 2022р.


Харків 2022р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Кваліфікація	Магістрмаркетингу


**СХВАЛЕНО**

Робочою групою ОП зі спеціальності  
«Маркетинг»  
Гарант освітньої програми

  
Олександра КОСЕНКО  
« 24 » травня 2022 р.

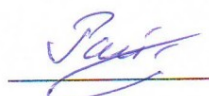
**РЕКОМЕНДОВАНО**

Методичною радою НТУ «ХПІ»  
Заступник голови методичної ради

  
Руслан МІГУЩЕНКО  
« 24 » травня 2022 р.


**ПОГОДЖЕНО**

Завідувач кафедри маркетингу

  
Діана РАЙКО  
« 24 » травня 2022 р.


**ПОГОДЖЕНО**

Директор навчально-наукового  
інституту економіки, менеджменту  
та міжнародного бізнесу

  
Наталія КРАСНОКУТСЬКА  
« 24 » травня 2022 р.

**ПОГОДЖЕНО**

Здобувачка вищої освіти  
(член робочої групи), гр. БЕМ-919к

  
Катерина Ахапкіна  
« 24 » травня 2022 р.

## **REVIEWERS:**

Positive reviews of the educational program were received from:

1. Zaphlyak I.B. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Director of the Institute of Economics and of management of the Ivano-Frankivsk National Technical University of Petroleum and gas;
2. Nagy Szabolcs – Doctor of Sciences (Ph.D.), Associate Professor, Head of Department of Marketing and Tourism, University of Miskolc, Hungary;
3. Ahapkina K. is a graduate of the second level of higher education in the specialty "Marketing", gr. BEM-M920a.

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти  
другого (магістерського) рівня  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Подана на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблена науко-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Освітньо-професійна програма базується на положеннях Закону України «Про вищу освіту», зокрема тих, які визначають сутність освітньо-професійної програми, особливості другого (магістерського) рівня вищої освіти, компетентнісний підхід до організації навчання, та розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Завдяки раціональному комбінуванню теоретичних курсів та курсів практичної підготовки, випускники, після опанування знань, умінь та навичок, визначених у матриці забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми, будуть здатні якісно та на високому професійному рівні реалізовувати свої професійні права та виконувати відповідні обов'язки. Послідовність вивчення дисциплін, перелік та обсяг обов'язкових та вибіркових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти та сприяють забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам держави, суспільства, споживачів освітніх послуг та стейкхолдерів.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» у НТУ «ХПІ» відповідає сучасному рівню розвитку науки та практики освітньої діяльності, що дозволяє рекомендувати її для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування

Рецензент:

Директорка інституту економіки та менеджменту  
Івано-Франківського національного  
технічного університету нафти і газу  
д.е.н., професор



Іванна ЗАПУХЛЯК

## REVIEW

**for the educational professional program "Marketing"  
of the second level of higher education, aimed at the training of masters  
in the specialty 075 – marketing branches of knowledge  
07- management and administration higher educational institution  
National technical university «Kharkiv polytechnical institute»**

The development of higher education in Ukraine involves the development of the latest educational programs that would organically combine the acquisition of theoretical knowledge with some experience of practical skills and integrated competencies, would integrate the most effective forms of traditional teaching with the latest interactive methods of learning.

In the process of training masters, the educational program successfully provides for the implementation of integral competencies - general and professional for future marketing specialists, in particular, the formation of the ability to learn and master modern knowledge, generate new ideas, take initiative and entrepreneurial spirit, motivate people and move towards common goals, use information and communication technologies, use professional knowledge in practical situations, the ability to identify, pose and solve problems, make informed management decisions.

The educational and scientific program "Marketing" for the training of applicants for higher education in the field of knowledge 07 "Management and Administration", specialty 075 "Marketing" (Master) was developed by the Department of Marketing of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" at a high level. The program fully complies with the key principles, traditions and requirements of an international level higher school.

Doctor of Sciences (Ph.D.),  
Head of Department, Associate Professor  
Department of Marketing and Tourism  
University of Miskolc, Hungary



Dr. Nagy Szabolcs



## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму "Маркетинг"  
підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 "Маркетинг"  
у Національному технічному університеті  
«Харківський політехнічний інститут»

Актуальність реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього рівня «магістр» підтверджується появою нових вимог до ефективності управління різних суб'єктів господарювання в сучасних умовах трансформації економіки нашої держави та світової економіки.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» визначає базові засади підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг», в якій чітко визначено мету та цілі навчання, сформульовано загальні та фахові компетентності фахівців з маркетингу. Дана ОПП регламентує мету, очікувані результати навчання, зміст умови та технологію реалізації освітнього процесу, оцінку якості підготовки магістра за даною спеціальністю і включає у себе: загальну інформацію, мету і характеристику освітньо-професійної програми, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, результати навчання, ресурсне забезпечення реалізації програми, перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність, структурно-логічна схема освітньої програми, форма атестації здобувачів вищої освіти, матриці відповідності результатів навчання та програмних компетентностей, визначених стандартом та відповідність результатів навчання компонентам освітньо-професійної програми

Разом з тим, варто рекомендувати розробникам програми надати можливість здобувачам вищої освіти вивчати питання, пов'язані з соціально-психологічними аспектами управлінської діяльності, особливостями індивідуальної та групової поведінки. Тому, на наш погляд, до ОПП доцільно включити таку дисципліну як "Психологія в маркетингу".

Загалом, освітньо-професійна програма "Маркетинг" підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності 075 "Маркетинг" у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» відповідає сучасному рівню розвитку науки та практики освітньої діяльності, що дозволяє рекомендувати до використання цієї програми для підготовки здобувачів вищої освіти на другому рівні за спеціальністю 075 "Маркетинг".

Староста групи БЕМ-М921а



Катерина АХАПКІНА

## PREFACE

Developed on the basis of the Standard of Higher Education in the specialty 075 "Marketing" for the second (master's) level (approved by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine 07/10/2019 No. 960) by the working group of specialty 075 "Marketing" of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" in the composition of:

**The head of the working group** (guarantor of the program) is Oleksandra KOSENKO, doctor of economic sciences, professor, professor of the marketing department of NTU "KhPI".

### **Members of the project team:**

1. Diana RAYKO – doctor of economic sciences, professor, head department of marketing.
2. Nadiya TKACHOVA – candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department marketing
3. Olena KITCHENKO - candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department marketing

## 1. PROFILE OF THE EDUCATIONAL AND PROFESSIONAL SPECIALIZED PROGRAM IN THE SPECIALTY 075 "MARKETING"

<b>1 - General information</b>	
<b>Higher educational institution and structural division</b>	National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" Educational and Scientific Institute of Economics, Management and International Business Department of Marketing
<b>Degree of higher education, name of the qualification in the original language</b>	Second (master's), master of marketing
<b>Official name of the educational program</b>	Educational and professional program "Marketing"
<b>Type of diploma and scope of education programs</b>	Master's diploma, single, 90 ECTS credits, 1 year 4 months
<b>Accreditation</b>	Certificate ND No. 2192127, valid until July 1, 2025.
<b>LLL program cycle / level –</b>	FQ-EHEA – second cycle, QF 7th level, NRK – 7th level
<b>Prerequisites</b>	Bachelor, specialist, master
<b>Language(s) of instruction</b>	Ukrainian
<b>Validity of the educational program</b>	According to the validity period of the accreditation certificate
<b>Internet address of permanent placement of the description of the educational program</b>	<a href="http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/magistr/">http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/magistr/</a>
<b>2 - The purpose of the educational program</b>	
The purpose of the educational program is to prepare masters of marketing who have an innovative way of thinking and the competencies necessary for effective management of marketing activities, and are able to solve managerial and research tasks	
<b>3 – Characteristics of the educational program</b>	
<b>Subject area (field of knowledge, specialty, specialization)</b>	Field of knowledge: 07 "Management and administration" Specialty: 075 "Marketing"
<b>Orientation of the educational program</b>	Educational and professional program with applied orientation. Professional emphasis: formation of the ability to carry out marketing, administrative, analytical, project and research activities using modern innovative approaches, technologies and methods of managing marketing activities at enterprises and organizations.
<b>The main focus of the educational program and specialization</b>	General education in specialty 075 "Marketing". Keywords: marketing, advertising, marketing complex, marketing activity, advertising business, marketing management, marketing product policy, sales activity, merchandising, marketing solutions, marketing strategy, Internet marketing.
<b>Features of the program</b>	The program is multidisciplinary and provides practical training for the formation of skills in the field of formation and management of marketing activities at modern enterprises and organizations.  In the structure of the educational program, selective packages of disciplines of in-depth professional training are provided, which contribute



	assimilation of theoretical principles and formation of practical skills of applicants in various areas of marketing activity: advertising business, marketing management
--	---

<b>4 – Eligibility of graduates to employment and further education</b>	
<b>Suitability for employment</b>	Professional opportunities of graduates (according to the Classifier of professions DK 003:2010). 1233 Director of Marketing; 1234 Head of department (advertising, public relations); 1237.1 Chief specialists; 1475 Marketing manager; 1475.4 Manager (manager) of sales Manager (manager) of public relations;  1476.1 Advertising managers; 2419.1 Research staff (marketing, efficiency of economic activity, rationalization of production, intellectual property); 2419.2 Expert, advertiser, consultant, specialist in methods of expanding the sales market (marketer).
<b>Further on teaching</b>	It is possible to further continue education at the third level of higher education, as well as improve qualifications and obtain additional postgraduate education.
<b>5 – Teaching and assessment</b>	
<b>Teaching and teaching</b>	Student-centered education, which is conducted in the form of lectures, seminars, practical classes, consultations, independent study, completion of coursework based on the study of textbooks, manuals, periodical scientific publications, use of the Internet
<b>Assessment</b>	Current and final control of knowledge (surveys, control and individual tasks, testing, etc.), assessments and exams (oral and written), presentations, qualification work, defense of practice report, public defense of qualification work.
<b>6 – Software competencies</b>	
<b>Integral competence</b>	The ability to solve complex tasks and problems in the field of marketing in professional activity or in the learning process, which involves conducting research and/or implementing innovations and is characterized by the uncertainty of conditions and requirements.
<b>General competences</b>	ZK1. Ability to make informed decisions. ZK2. Ability to generate new ideas (creativity). ZK3. The ability to evaluate and ensure the quality of the work performed. ZK4. Ability to adapt and act in a new situation. ZK5. Skills of interpersonal interaction. ZK6. Ability to search, process and analyze information from various sources. ZK7. Ability to show initiative and entrepreneurship. ZK8. Ability to develop projects and manage them.
<b>Professional competencies of the specialty (defined by the standard of higher education of the specialty)</b>	SK1. The ability to logically and consistently reproduce and apply knowledge of the latest theories, methods and practical techniques of marketing. SK2. The ability to correctly interpret the results of the latest theoretical research in the field of marketing and the practice of their application. SK3. to conducting independent research and SK4. The ability to apply a creative approach to work by profession. SK5. The ability to diagnose the marketing activity of a market entity, before implementation

	<p>marketing analysis and forecasting. SK6. 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. SK7. The ability to develop and analyze the marketing strategy of a market entity and its implementation, taking into account interfunctional relationships. SK8. The ability to form a marketing system of a market entity and evaluate the effectiveness and efficiency of its functioning. SK9. The ability to carry out theoretical and applied research in the field of marketing at the appropriate level.</p>
<b>7 – Program learning outcomes</b>	
<p><b>Program results</b> training for <b>specialty (defined by the standard of higher education specialty)</b></p>	<p>P1. To know and be able to apply modern principles, theories, methods and practical methods of marketing in practical activities. P2. To 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. P3. 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. P4. Be able to develop a strategy and tactics of marketing activity taking into account the cross-functional nature of its implementation. P5. Present and discuss the results of scientific and applied research, marketing projects in national and foreign languages. P6. To be able to increase the effectiveness of the marketing activity of a market entity at different levels of management, develop projects in the field of marketing and manage them. P7. To be able to form and improve the marketing system of a market entity. P8. Use methods of interpersonal communication in the course of solving collective problems, conducting negotiations, scientific discussions in the field of marketing. P9. Understand the essence and features of using marketing tools in the process of making marketing decisions. P10. Justify marketing decisions at the level of a market entity using modern management principles, approaches, methods, techniques. P11. Use the methods of marketing strategic analysis and interpret its results in order to improve the marketing activity of the market entity. P12. Carry out diagnostics and strategic and operational management of marketing for the development and implementation of marketing strategies, projects and programs. P13. Manage the marketing activities of the market entity, as well as its divisions, groups and networks, determine the criteria and indicators of its evaluation. P14. Form a marketing system of interaction, build long-term mutually beneficial relations with other market subjects. P15. Collect necessary data from various sources, process and analyze their results using modern methods and specialized software.</p>
<b>8 – Resource support for program implementation</b>	

<b>Staff support</b>	Meets the personnel requirements for ensuring the implementation of educational activities in the field of higher education in accordance with the current legislation of Ukraine (Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of licensing conditions for the implementation of educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015 No. 1187 (as amended in accordance with the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 347 dated 10.05.2018)
<b>Material and technical support</b>	Meets the technological requirements for the material and technical support of educational activities in the field of higher education in accordance with the current legislation of Ukraine (Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On Approval of Licensing Conditions for Conducting Educational Activities of Educational Institutions" dated December 30, 2015, No. 1187 (as amended in accordance with with Resolution of the Cabinet of Ministers No. 347 of May 10, 2018)
<b>Information and educational methodological support</b>	Meets the technological requirements for educational, methodological and informational support of educational activities in the field of higher education in accordance with the current legislation of Ukraine (Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of licensing conditions for educational activities of educational institutions" dated December 30, 2015, No. 1187 (as amended, entered in accordance with Resolution of the Cabinet of Ministers No. 347 dated 05/10/2018)
<b>9 – Academic mobility</b>	
<b>National credit mobility</b>	On the basis of bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and higher educational institutions of Ukraine
<b>International credit mobility</b>	Academic mobility on the basis of bilateral agreements between the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" and the University of Miskolc (Hungary), the University of Szczecin (Poland), Otto von Hericke University, Magdeburg (Germany)
<b>Education of foreign students of higher education</b>	It is possible after studying the Ukrainian language course

## 2. LIST OF EDUCATIONAL PROGRAM COMPONENTS

Code	Components of the educational program (disciplines, projects / works, practice, credits qualification work)	Number ECTS	Final control form
<b>MANDATORY COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM</b>			
<b>1.1 General preparation</b>			
ZP 1	Fundamentals of scientific research.	4.0	Test
ZP 2	Data analysis tools	5.0	Test
<b>1.2 Professional training</b>			
SP1	Strategic marketing	5.0	Exam
SP2	Relationship marketing	5.0	Exam
SP3	Brand management	4.0	Exam
SP4	Communication, negotiations, mediation (English)	3.0	Test
SP5	Management of innovative development	4.0	Exam
SP6	Project management in marketing Pre-diploma	5.0	Exam
SP 7	practice Attestation <b>ELECTIVE</b>	15.0	Test
SP 8		15.0	Exam
<b>COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM</b>			
<b>2.1 Disciplines of professional training by blocks</b>			
VP	Disciplines 15.0 <b>2.2 Disciplines of free choice according to the list</b>		Test
GDP	Disciplines 10.0 90.0		Test
<b>TOTAL QUANTITY FOR THE PREPARATION PERIOD</b>			

## 3. DISTRIBUTION OF THE CONTENT OF THE EDUCATIONAL PROGRAM BY GROUPS OF COMPONENTS AND CYCLES OF PREPARATION

No	Training cycle	The volume of the educational load of the student of higher education (credits / %)		
		Mandatory components of the educational and professional	Elective components of the educational and professional program	Total for the entire term teaching
1	2	3	4	5
1	Cycle of general training 2	<b>9/14</b>	<b>- / -</b>	<b>9 / 10</b>
1	Cycle of professional and practical training	<b>56 / 86</b>	<b>25/100</b>	<b>81 / 90</b>
Total for the entire term teaching		<b>65 / 72</b>	<b>25 / 28</b>	<b>90/100</b>

## 4. FORM OF CERTIFICATION OF HIGHER EDUCATION ACQUIRES

Attestation of graduates of the educational program of specialty 075 "Marketing" is carried out at the form of public defense of the qualification work and ends with the issuance of a document of the established model on awarding him with a master's degree with the qualification: "**Master of Marketing**".

Attestation is carried out openly and publicly.



## 5. STRUCTURAL AND LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM

1 semester	2 semester	3rd semester
ZP1 Fundamentals of scientific research (4 credits)	SP6 Project management in marketing (5 cr)	Pre-diploma practice (15 cr)
ZP2 Data analysis tools (5 cr)	VP discipline 1 (5 cr)	Certification (15kr)
SP1 Strategic Marketing (5 cr)	Discipline VP 2 (5 cr)	
SP2 Relationship marketing (5kr)	Discipline VP 3 (5 cr)	
SP3 Brand Management (4 credits)	Discipline GDP 1 (5 cr)	
SP4 Business communication in marketing (English) (3 credits)	Discipline GDP 2 (5 cr)	
SP5 Management of innovative development (4 credits)		

## Notes:

Compulsory subjects of general training	Mandatory disciplines of professional training	Elective disciplines from the profiled package	Disciplines of free choice of a student of specialized training according to the list	Certification and practical training
---	--	--	---	--------------------------------------

**6. MATRIX OF CORRESPONDENCE OF DETERMINED LEARNING OUTCOMES,  
COMPETENCES AND EDUCATIONAL COMPONENTS OF  
MANDATORY TRAINING**

Result and training	Competences																
	General competences								Special (professional) competences								
	ZK 1	ZK 2	ZK 3	ZK 4	ZK 5	ZK 6	ZK 7	ZK 8	ZK 1	ZK 2	ZK 3	ZK 4	ZK 5	ZK 6	ZK 7	ZK 8	ZK 9
P1										SP5	ZP1						ZP1 SP5
P2										ZP2							ZP2
P3							ZP1						ZP1				
P4	SP1	SP5	SP5												SP5	SP1	
P5						ZP1				SP6		ZP1	ZP1				
P6									SP6						SP6	SP6	
P7		SP2	SP2														SP2
P8		SP3			SP3									SP3			
P9	SP3									SP2			SP3		SP3	SP2	
P10	SP3	SP2													SP3	SP2	
P11						ZP2									SP1		SP1
P12	SP1														SP1		SP1 SP6
P13			SP5												SP5		
P14				SP1													SP2
P15						ZP1						ZP1					
						ZP2						ZP1	ZP2				