

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ЗАПОРІЗЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ
ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Другий (магістерський) рівень

(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Магістр

(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

D Бізнес, адміністрування та право

(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

D5 Маркетинг

(код та найменування спеціальності)

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ЗІЕІТ

Протокол № 12 від 29.05.2026р.



Голова вченої ради

Ректор

Г.В. Туровцев

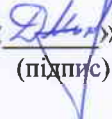
« 29 » 05 20 26 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2026 р.

**Запоріжжя
2026**

**Лист погодження освітньої програми Маркетинг
другого (магістерського) рівня вищої освіти**

Гарант освітньої програми

«» Михайлик Д.П.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Проректор з НП та НР

«» Швець Д.Є.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Начальник навчального відділу

«» Сташкевичус О.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Декан факультету

«» Максимцова Л.В.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Начальник відділу ліцензування та акредитації

«» Єреп О.А.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Голова студентського самоврядування

«» Боярінцева В.О.
(підпис) (ініціали, прізвище)

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Сопіна О.А. – президент ГО «Ротарі Клуб Запоріжжя-Хортиця»;
2. Храпкіна В.В. - д.е.н., професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія»
3. Потапенко Р.В. - директор ТОВ ЗНА «Лідер Електрик».

ПРЕАМБУЛА

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО кафедрою Міжнародних відносин, управління та адміністрування Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій

РОЗГЛЯНУТО на засідання науково-методичної ради Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій (Протокол НМР ЗІЕІТ № 5 від 26.05.2026 р.)

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказом ректора Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій, д.ф.-м.н., проф. Туровцевим Г.В. (Протокол вченої ради ЗІЕІТ № 12 від 29.05.2026 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2026 р

Освітньо-професійна програма (ОПП) підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності D5 Маркетинг є нормативним документом Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій (ЗІЕІТ), у якому визначається нормативний зміст навчання, встановлюються вимоги до змісту, обсягу та рівня освітньої та професійної підготовки магістра.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Керівник проектної групи (гарант освітньо-професійної програми):

1. Михайлик Денис Павлович, завідувач кафедри міжнародних відносин, управління та адміністрування, доктор економічних наук, доцент;

Члени проектної групи:

2. Павленко Ірина Ігорівна, професор кафедри міжнародних відносин, управління та адміністрування, доктор економічних наук, професор;

3. Бублей Галина Анатоліївна, доцент кафедри міжнародних відносин, управління та адміністрування, кандидат економічних наук, доцент.

Студенти:

4. Боярінцева Валерія Олександрівна,

5. Маркова Діана Олександрівна.

Представники роботодавців:

1. Сопіна О.А. – президент ГО «Ротарі Клуб Запоріжжя-Хортиця»;

2. Потапенко Р.В. - директор ТОВ ЗНА «Лідер Електрик».

Освітня програма підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності 075 – Маркетинг розроблена відповідно до:

- Закону України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII;
- Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. №1556-VII;
- Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011р. №1341;
- Національного класифікатора України «Класифікатор професій» ДК 003:2010;
- Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти / Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area (ESG);
- Постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. №365 «ЗМІНИ, що вносяться до постанови Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187»;
- Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 р. № 1648;
- СТП-76-2024 Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій;
- Стандарту вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг.

Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 та на підставі постанови Кабінету міністрів України від 21 лютого 2025 р. №188 Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової перед вищої освіти.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ D5 МАРКЕТИНГ

1 - Загальна характеристика

Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Приватне акціонерне товариство "Приватний вищий навчальний заклад "Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій" Кафедра Міжнародних відносин, управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Спеціальність, офіційна назва освітньої програми	D5 Маркетинг Освітня програма Маркетинг
Тип диплому	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС
Форми здобуття освіти за цією освітньою програмою та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Очна - 1 рік 5 місяців Заочна - 1 рік 5 місяців Дистанційна - 1 рік 5 місяців
Наявність акредитації	НАЗЯВО Сертифікат про акредитацію освітньої програми № 12130 Строк дії 01.07.2029
Цикл/рівень	НРК України - 7 рівень, QF-EHEA - другий цикл, EQF-LLL - 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра або магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста) Особливості вступу визначаються Правилами прийому до ПрАТ «ПВНЗ «ЗІЕІТ», що затверджені Вченою радою.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Термін не може перевищувати період акредитації. Допускається коригування відповідно до змін нормативної бази вищої освіти.

2 - Мета освітньої програми

Підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та компетенціями необхідних для творчого та

ефективного вирішення складних дослідницьких та інноваційних задач і практичних проблем у сфері маркетингу, вміють оперувати інформаційними технологіями, спроможні проявляти креативність і підприємницьку ініціативу, забезпечуючи випускнику високу конкурентоспроможність на сучасному ринку праці.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг
Опис предметної області	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: 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. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу; 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма має збалансовані науково-дослідницьку та прикладну складові для підготовки фахівців з маркетингу, базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень у сфері маркетингу, поглиблює фаховий світогляд та забезпечує можливість подальшої професійної та наукової кар'єри в закладах вищої освіти і науково-дослідних установах, у бізнес-структурах, державних установах та громадських організаціях.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна фахова освіта у сфері маркетингу. Освітня програма «Маркетинг» зумовлена орієнтацією на поєднання фахової підготовки з опануванням сучасного інструментарію маркетингових досліджень, на основі оволодіння цифровими маркетинговими технологіями бізнес-середовища та використання маркетингу в управлінні підприємствами. Формування та оновлення освітньої програми здійснюється з урахуванням сучасних тенденцій

	розвитку теорії й практики маркетингу як в межах України так і на світовому рівні. ОП відображає міждисциплінарність, кастомізацію, діджиталізацію, що впливають на систему відносин між економічними агентами на ринках України і світу. Ключові слова: принципи і методи управління, система маркетингу, узагальнення, аналіз, маркетингове забезпечення управлінських рішень, ефективність управління, соціальна відповідальність бізнесу, стратегічний маркетинг, маркетингові проекти, інноваційний розвиток.
Особливості програми	Особливостями ОПП є використання багаторівневої системи теоретичної та практичної підготовки, при формуванні якої пропонуються дисципліни, що дають можливість розробити та застосовувати концептуальні підходи до здійснення маркетингової діяльності підприємства, формувати адаптивний маркетинговий інструментарій ринкового суб'єкта. Використання знань та навичок у сфері маркетингу з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу. Не зважаючи на універсальний інструментарій маркетингу ОПП націлена на забезпечення академічної свободи студентів через можливість вибору шляху власного професійного розвитку - вибору однієї із професійних ліній, які відображають різні сфери господарської діяльності. ОПП орієнтована на спеціальну підготовку фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасних вимог бізнес середовища. ОПП спрямована на виховання фахівців з сучасним способом ринкового мислення, які здатні як застосовувати наявні сучасні методи і інструменти маркетингу, так й удосконалювати їх на базі досягнень НТП.
5-Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, в організаційно-управлінській та освітній галузях; на викладацьких та інших посадах у закладах загальної середньої освіти, ЗВО; в органах державної влади і місцевого самоврядування; аналітичноінформаційних інституціях; дослідницьких закладах тощо. Фахівці готуються для організаційно-управлінської, господарської, комерційної діяльності у сфері маркетингу. Згідно з класифікатором професій ДК 003:2010: Випускники здатні виконувати проектну, виробничу, технологічну, управлінську, науково-дослідну; інноваційну, експертну та консультативну діяльність у сфері маркетингу, підготовлені до заняття наступних посад, відповідно до Національного класифікатора України. Випускники кваліфікації магістр маркетингу можуть працювати на первинних посадах в галузях економіки за професіями, визначеними у Національному класифікаторі України: Класифікатор професій ДК (003:2010): - 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу,

	- 1475.4 Менеджер (управитель) зі збуту, - 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами, - 1233 Керівник підрозділу маркетингу (директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу)), - 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю.
Подальше навчання	Випускники мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти та набувати додаткові кваліфікації в системі освіти дорослих.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентризований, проблемноорієнтований, професійноорієнтований, комунікативний, міждисциплінарний підходи до навчання. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних і лабораторних занять, самостійної роботи з можливістю консультацій з викладачем. В процесі навчання широко використовуються сучасні технології дистанційного навчання, електронні ресурси, командна робота. Обов'язковим компонентом є участь в наукових заходах, конкурсах та олімпіадах. Студенти заохочуються до співпраці зі стейкхолдерами та мають можливість формувати власну освітню траєкторію.
Оцінювання	Види контролю: поточний, модульний, підсумковий. Поточний контроль знань здобувачів проводиться у формі тестів, захисту лабораторних робіт, виступів з доповідями на конференціях та семінарах. Модульний контроль проводиться у формі виконання модульних індивідуальних завдань/тестів. Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену/диференційованого заліку проводиться в письмовій формі. Здобувач вважається допущеним до підсумкового контролю (екзамену/диференційованого заліку) з дисциплін освітньої програми, якщо він виконав всі види робіт, передбачені робочою навчальною програмою з відповідної дисципліни. Підсумкова атестація проводиться у вигляді захисту кваліфікаційної роботи магістра, яка передбачає розв'язання складної задачі 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 перевіряється на наявність плагіату згідно з процедурою, визначеною внутрішньою системою забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти. Захист кваліфікаційної роботи магістра відбувається прилюдно на засіданні екзаменаційної комісії. Робота оприлюднюється у репозиторії інституту
6 – Програмні компетентності (за стандартом)	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення

	інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	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.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
Спеціальні (фахові) компетентності (ФК) за вибором навчального закладу	СК10 Здатність розробляти та реалізовувати комплексні маркетингові програми з урахуванням сучасних тенденцій на ринку. СК11 Здатність до оптимізації існуючих маркетингових моделей в межах існуючих маркетингових стратегій.
7 – Програмні результати навчання (за стандартом)	
РН1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
РН2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
РН3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

RH4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
RH5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
RH6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
RH7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
RH8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
RH9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
RH10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
RH11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
RH12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
RH13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
RH14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
RH15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
Програмні результати навчання за вибором навчального закладу	
RH16	Оптимізувати існуючі маркетингові моделі на всіх рівнях суб'єктів ринкових відносин

8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти з досвідом дослідницької, управлінської та інноваційної роботи. Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітню програму відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. Науково-педагогічні працівники не рідше ніж, один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальний корпус; гуртожиток; тематичні кабінети; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні лабораторії; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал, спортивний

	майданчик. Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам. Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Належне забезпечення навчального процесу здійснюється наступними інструментами: наукова бібліотека, читальна зала; електронна бібліотека; електронний каталог бібліотеки Медіа-центр; офіційний сайт ЗІЕІТ: https://www.zieit.edu.ua/ ; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; необмежений доступ до мережі Інтернет; віртуальне навчальне середовище Moodle: https://moodle.zieit.zp.ua/ ; корпоративна пошта; повний комплекс навчально-методичного забезпечення курсів, що викладаються, практик (за видами) та дипломування.

9 - Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод між Запорізьким інститутом економіки та інформаційних технологій і закладами вищої освіти України. Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників у вітчизняних ЗВО-партнерах.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод між Запорізьким інститутом економіки та інформаційних технологій і зарубіжними закладами вищої освіти.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться – згідно ліцензії

10 - Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Принципи та процедури забезпечення якості освіти	Принципи: - відкритість (публічність); - академічна доброчесність і свобода; - запобігання нетолерантності будь-якого типу або дискримінації щодо студентів і працівників Процедури: – розроблення і затвердження освітніх програм, які повинні відповідати рівню національної рамки кваліфікації вищої освіти (НРК) (збір, аналіз і використання інформації для ефективного управління програмами та іншою діяльністю); – студентоцентроване навчання, викладання та оцінювання; – зарахування, досягнення, визнання та атестація здобувачів вищої освіти (використання процедур об'єктивного оцінювання знань студентів через моніторинг результатів навчання та сформованих компетентностей
---	--

	шляхом упровадження різних форм контролю); – забезпечення якості науково-педагогічних кадрів (чесні і прозорі процеси щодо прийняття на роботу і розвитку НПК, заохочення їхньої наукової діяльності та інновацій у методах викладання); – навчальні ресурси та підтримка здобувачів вищої освіти (відповідне і належне фінансування навчальної та викладацької діяльності); – дотримання норм забезпечення якості освіти відповідно до принципу автономії ЗВО.
Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм	Поточний моніторинг і періодичний перегляд програм, їх актуалізація. Перегляд освітніх програм здійснюється раз на 5 років. Але з метою удосконалення або модернізації проектна група може вносити необхідні зміни чи доповнення протягом цього терміну. Залучення здобувачів вищої освіти, випускників та роботодавців до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості. Забезпечення циклічного зовнішнього оцінювання якості освітніх програм
Оцінювання здобувачів вищої освіти	Внутрішня система оцінювання здобувачів вищої освіти відповідно до положень: «Про організацію освітнього процесу в Запорізькому інституті економіки та інформаційних технологій», «Про організацію та методичне забезпечення навчального процесу за кредитно-модульною системою у Запорізькому інституті економіки та інформаційних технологій», Правил проведення контрольних заходів: - наявність чітких, зрозумілих, валідних і заздалегідь оприлюднених вимог щодо поточного, періодичного та підсумкового контролю (семестрового контролю, атестації); - відповідність форм атестації стандарту вищої освіти; дотримання процедурних аспектів проведення контрольних заходів; - забезпечення об'єктивності екзаменаторів, наявність процедур оскарження результатів контрольних заходів та їх повторного проходження; - наявність дієвої системи забезпечення академічної доброчесності, у тому числі через здійснення моніторингу дотримання академічної доброчесності, проведення заходів із популяризації академічної доброчесності серед учасників освітнього процесу.
Підвищення кваліфікації науково-педагогічних та наукових працівників	Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій забезпечує підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників не рідше одного разу на п'ять років із збереженням заробітної плати відповідно до ст. 60 Закону України «Про вищу освіту», ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти (Постанова КМУ від 30.12.2015 р., №1187) та Положення про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних та науково-педагогічних працівників Запорізького інституту економіки та інформаційних технологій. Система підвищення

	кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників будується на наступних принципах: • обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації; • прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації; • моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійної діяльності; обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; • оприлюднення отриманих результатів стажування та підвищення кваліфікації.
Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу	Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій забезпечує освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснює відповідну підтримку студентів. Інформаційне забезпечення освітнього процесу організовано за допомогою доступу до наукової бібліотеки, електронної бібліотеки. Освітній процес забезпечено навчальною, методичною та науковою літературою на паперових та електронних носіях, навчально-методичними комплексами дисциплін, що сприяє досягненню цілей, завдань, ПРН. Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність та можуть їх використовувати у навчанні.
Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	Забезпечення інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом, публічності та прозорості інформації: наявність, доступність і практика застосування внутрішніх нормативно-правових актів, які регламентують права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу, оприлюднення на веб-сайті Інституту інформації про ОП та іншої інформації, яка підлягає оприлюдненню згідно законодавства. Забезпечення доступу здобувачів вищої освіти до Інтернет-ресурсу та використання пакетів спеціалізованих прикладних ліцензованих програм, обладнання аудиторій сучасними засобами навчання, сучасною комп'ютерною та мультимедійною технікою з виходом до мережі INTERNET, що дозволяє здійснювати презентації із залученням мультимедійного обладнання та забезпечувати навчання в дистанційному режимі і розширює можливості участі в науково-практичних он-лайн заходах та неформальній освіті. Є можливість використання хмарних сервісів Google Suite for Education, платформи дистанційного навчання http://moodle.zieit.zp.ua і ресурсів внутрішньої освітньої мережі інституту, зокрема інформаційного сервісу Dekanat.
Публічність інформації про освітні програми	Наявність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації у відкритому доступі на сайті інституту, постійне оновлення інформації, відповідальність за

		її якість та достовірність.
Запобігання виявлення академічного плагіату	та	Дотримання правил професійної етики. Забезпечення дотримання системи прозорості та об'єктивності оцінювання результатів навчання. Впровадження програм перевірки на плагіат наукової продукції, зокрема всі кваліфікаційні роботи здобувачів ВО проходять перевірку на наявність ознак академічного плагіату, яка обов'язково передуює всім процедурам розгляду. Для перевірки кваліфікаційних, курсових та інших наукових робіт на оригінальність використовується інтернет-сервіси Plagiarismdetector.net та Plag. У разі виявлення текстових запозичень без посилань на джерела інформації (понад 40%), робота не допускається до захисту, а здобувач освіти може бути притягнений до академічної відповідальності згідно п.3.3. Положення про академічну доброчесність.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
OK 01	Методологія наукових досліджень	3	залік
OK 02	Соціальна відповідальність бізнесу	3	залік
OK 03	Інформаційно-комунікаційні технології у галузі	3	залік
OK 04	Іноземна мова в галузі	3	залік
Всього за циклом загальної підготовки		12	
Цикл професійної підготовки			
OK05	Стратегічне управління підприємством	4	іспит
OK06	Стратегічний маркетинг та менеджмент	4	іспит
OK07	Методологія прикладних досліджень у маркетингу	4	іспит
OK08	Маркетинговий менеджмент	4	залік
OK09	Маркетингова політика розподілу	3	іспит
Всього за циклом професійної підготовки		19	
Дослідницький (науковий) компонент			
OK10	Курсова робота	3	залік
OK11	Науково-дослідницька практика	3	залік
OK12	Переддипломна практика	6	залік
Всього		12	
OK 13	Дипломування та захист кваліфікаційної магістерської роботи	24	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		67	
Вибіркові компоненти ОП*			
Всього за вибірковою компонент		23	
Загальний обсяг освітньої програми		90	

*Вибіркові навчальні дисципліни обираються здобувачами вищої освіти із запропонованих спеціалізованих блоків фахових дисциплін (одного з трьох спеціалізованих блоків), згідно «Положення про порядок та умови обрання студентами вибірових дисциплін в Запорізькому інституті економіки та

інформаційних технологій» (<https://www.zieit.edu.ua/pdf/litsenzuvannia-ta-atestatsiia/2021stp62.pdf>). Здобувачі вищої освіти мають право обрати спеціалізований блок фахових дисциплін будь якої освітньої програми інституту, при цьому здобувачі певного рівня вищої освіти можуть вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти.

2.2. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності D5 Маркетинг проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документу (диплому) про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр маркетингу.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної задачі 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 або розміщена в його репозиторії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

1 семестр

2 семестр

3 семестр

Методологія наукових

Методологія прикладних досліджень у маркетингу

Соціальна відповідальність

Маркетинговий менеджмент

Інформаційно-комунікаційні технології

Маркетингова політика розподілу

Стратегічне управл. підприємством

Стратегічний маркетинг та менеджм.

Іноземна мова в галузі

Вибірковий блок А

Вибірковий блок Б

Вибірковий блок В

Курсова робота

Науково-дослідницька практика

Переддипломна практика

Дипломування та захист кваліфікаційної магістерської роботи

3.МАТРИЦІ ВІДПОВІДНОСТІ

3.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми (7-й рівень, магістерський)

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13
ЗК1	+	+	+		+	+	+	+			+	+	+
ЗК2	+		+		+	+	+	+				+	+
ЗК3	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК4	+			+	+	+	+	+	+		+	+	+
ЗК5	+			+	+	+	+	+			+	+	+
ЗК6		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ЗК7	+		+		+	+	+	+				+	+
ЗК8		+	+		+	+	+	+				+	+
СК1		+				+	+	+	+	+	+	+	+
СК2	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+
СК3		+	+	+	+	+	+				+	+	+
СК4	+	+	+		+	+	+	+				+	+
СК5	+				+	+	+	+			+	+	+
СК6			+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК7	+				+	+		+			+	+	+
СК8			+			+	+	+	+		+	+	+
СК9						+	+			+	+	+	+
СК10	+		+	+	+	+	+	+			+	+	+
СК11	+				+	+	+	+				+	+

3.2. Матриця відповідності результатів навчання обов'язковим компонентам освітньої програми (7-й рівень, магістерський)

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13
РН1		+				+	+		+	+	+	+	+
РН2	+		+	+	+	+			+	+	+	+	+
РН3		+	+		+		+			+	+	+	+
РН4	+				+	+					+	+	+
РН5	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+
РН6	+		+					+	+			+	+
РН7					+	+		+			+	+	+
РН8	+	+	+	+	+				+			+	+
РН9					+			+	+	+	+	+	+
РН10	+		+			+		+	+		+	+	+
РН11					+	+				+	+	+	+
РН12	+	+			+	+	+				+	+	+
РН13						+		+	+		+	+	+
РН14					+				+			+	+
РН15	+	+	+	+		+		+			+	+	+
РН16	+		+	+	+	+	+	+	+			+	+