

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА ІНЖЕНЕРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ другий (магістерський)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 Управління та адміністрування
КВАЛІФІКАЦІЯ магістр маркетингу



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Голова вченої ради Сергій ПЕТРОВ

Протокол № 6
від «19» грудня 2023 р.

Освітня програма вводиться в дію
від «01» серпня 2024 р.

Ректор Денис КОВАЛЕНКО
наказ № 426 від «19» грудня 2023 р.



Харків 2023

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Інтернет-маркетинг

(назва освітньої програми)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

(назва галузі знань)

Спеціальність 075 Маркетинг

(назва спеціальності)

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

(початковий рівень (короткий цикл), перший (бакалаврський), другий (магістерський))

Кваліфікація магістр маркетингу

(назва кваліфікації)

Гарант освітньої програми

Порсюрора Ірина Петрівна, к.е.н.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)


(підпис)

Розробники програми:

Порсюрора Ірина Петрівна, к.е.н.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Чобіток Вікторія Іванівна, д.е.н., професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Андрющенко Олена Борисівна, к.н.держ.упр.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Кононов Олександр Іванович, к.е.н.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Годунов Сергій Дмитрович, здобувач

другого (магістерського) рівня освіти

спеціальності 075 Маркетинг

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Літвінчик Сергій Вікторович, здобувач

другого (магістерського) рівня освіти

спеціальності 075 Маркетинг

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Рецензенти освітньої програми:

1. Обруч Ганна Володимирівна, д.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Української державної академії залізничного транспорту

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання (за наявності), посада, повна назва установи/підприємства)

2. Веркуш Дмитро Михайлович, Голова наглядової ради ТОВ «Вадарт груп»

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання (за наявності), посада, повна назва установи/підприємства)

3. Гіль Борис Сергійович, ФОП «Гіль Б.С.»

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання (за наявності), посада, повна назва установи/підприємства)

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу та торговельного підприємництва

від « 01 » жовтня 2023 р. протокол № 03

завідувачка кафедри


(підпис)

Вікторія ЧОБИТОК

(ім'я, прізвище)

« 01 » жовтня 2023 р.

Погоджено

Вчена рада Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих

від «25» жовтня 2023 р. протокол № 03

Керівник інституту

« 25 » жовтня 2023 р.

Перший проректор

з науково-педагогічної роботи

« 19 » грудня 2023 р.



ПЕРЕДМОВА

Освітня програма «Інтернет-маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг розроблена відповідно до дескрипторів Національної рамки кваліфікацій.

Внесено кафедрою маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Української інженерно-педагогічної академії.

Розроблено робочою групою у складі:

1. Порсюрова І.П. – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих УПА, керівник групи.

2. Чобіток В.І. – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих УПА.

3. Андрющенко О.Б. – кандидат наук з державного управління, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих УПА.

4. Кононов О.І. – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих УПА.

5. Годунов С.Д. – здобувач освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 Маркетинг.

6. Літвінчик С.В. – здобувач освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 Маркетинг.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Обруч Ганна Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом Української державної академії залізничного транспорту

2. Веркуш Дмитро Михайлович, Голова наглядової ради ТОВ «Вадарт груп»

3. Гіль Борис Сергійович, ФОП «Гіль Б.С.»

1. Профіль освітньої програми Інтернет-маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Українська інженерно-педагогічна академія Навчально-науковий інститут педагогіки, психології, менеджменту та освіти дорослих Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	магістр магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Інтернет-маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС. Термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат відсутній
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF LLL –7 рівень
Передумови	Наявність ступеня «бакалавр» або ступеня «магістр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст».
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До планового перегляду / введення нової ОПІ
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.uipa.edu.ua/
2. Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності в умовах цифровізації суспільства, що передбачають проведення досліджень та / або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог в Інтернет-середовищі.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p><i>Об'єкт:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів в Інтернет-середовищі.</p> <p><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 характеризуються невизначеністю умов і вимог в Інтернет-середовищі.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть Інтернет-маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції Інтернет-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 Інтернет-маркетингу.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової</p>

	<p>діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Обов'язкова компонента ОП – 73 %.</p> <p>Вибіркова компонента ОП – 27%.</p> <p>Практична підготовка.</p> <p>Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та атестація.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна, прикладна.</p> <p>Програма орієнтована на поглиблену фахову підготовку маркетологів, які є здатними до швидкої адаптації до сучасних умов і ведення економічної діяльності в Інтернет-середовищі.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Програма націлена на всебічне вивчення маркетингової діяльності в Інтернет-середовищі як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Ключові слова: Інтернет-маркетинг, електронна комерція, маркетингова діяльність, стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент.</p>
Особливості програми	<p>Наявність варіативної складової професійно орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють маркетингову діяльність.</p>
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою випускник здатен виконувати професійну роботу і може займати відповідну первинну посаду згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетинг); консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог, категорійний менеджер); фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг).</p>
Подальше навчання	<p>Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.</p>
Оцінювання	<p>Всі види поточного оцінювання знань протягом виконання навчального плану (письмові экзамени, презентація індивідуальних робіт і проектів, поточний контроль: тестування, вирішення задач та ситуаційних вправ, кейсів, дебати, публічні виступи; підсумковий контроль, атестація (випускна кваліфікаційна робота).</p>

6. Програмні компетентності	
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)	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дій в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу
Академічні компетентності	АК 1. Здатність проводити аналітику баз даних в Інтернет-середовищі. АК 2. Здатність визначати рівень Інтернет-безпеки в бізнес-середовищі. АК 3. Здатність генерувати креативні ідеї в рекламній діяльності компаній.
7. Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання	ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері

	<p>маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
Академічні результати навчання	<p>АПРН 1. Здійснювати аналітику баз даних в Інтернет-середовищі.</p> <p>АПРН 2. Вміти визначати рівень Інтернет-безпеки в бізнес-середовищі.</p> <p>АПРН 3. Вміти генерувати креативні ідеї в рекламній діяльності компаній.</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів

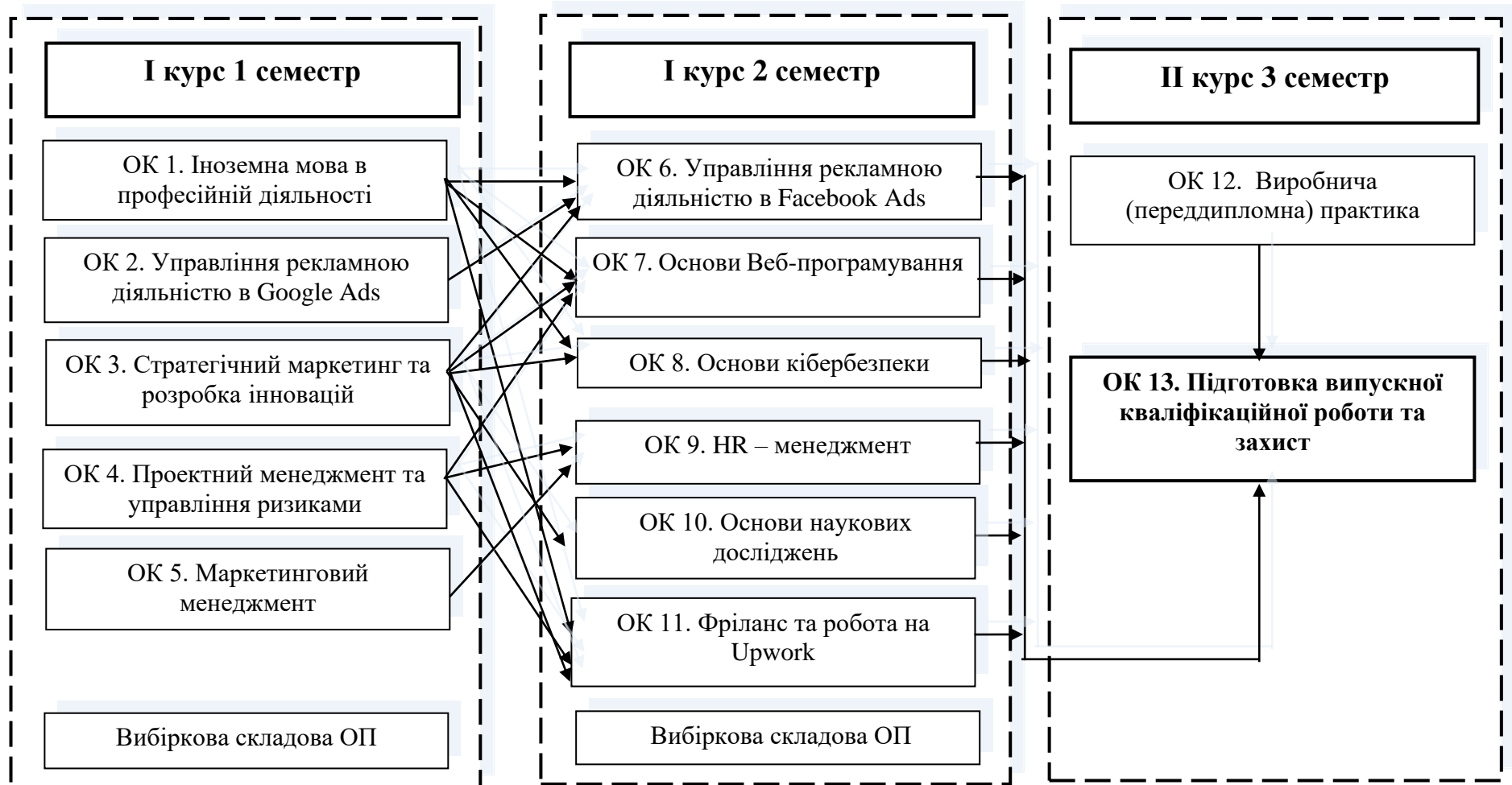
	України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх договорів між Українською інженерно-педагогічною академією та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Українською інженерно-педагогічною академією та закладами-партнерами зарубіжних країн.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе в разі акредитації освітньої програми.

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

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Іноземна мова в професійній діяльності	3	Залік
ОК 2	Управління рекламною діяльністю в Google Ads	4	Екзамен
ОК 3	Стратегічний маркетинг та розробка інновацій	4	Екзамен
ОК 4	Проектний менеджмент та управління ризиками	6	Екзамен, КП
ОК 5	Маркетинговий менеджмент	3	Залік
ОК 6	Управління рекламною діяльністю в Facebook Ads	3	Екзамен
ОК 7	Основи Веб-програмування	4	Екзамен
ОК 8	Основи кібербезпеки	3	Екзамен
ОК 9	HR – менеджмент	6	Екзамен
ОК 10	Основи наукових досліджень	3	Екзамен
ОК 11	Фріланс та робота на Upwork	3	Екзамен
	Практична підготовка		
ОК 12	Виробнича (переддипломна) практика	6	Залік
	Атестація		
ОК 13	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист	18	Захист
	Всього по обов'язковим компонентам ОП	66	
Вибіркові компоненти ОП ***			
	Всього по вибіровим компонентам ОП	24	
	Всього за ОП	90	

*** - здобувачі вищої освіти мають право обирати дисципліни вільного вибору з каталогу вибірових дисциплін Української інженерно-педагогічної академії

3. Структурно-логічна схема ОП



4. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>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>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії.</p> <p>Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13
ЗК 01		+	+	+	+	+	+			+			
ЗК 02		+				+	+			+			+
ЗК 03		+			+	+				+			
ЗК 04	+		+	+	+		+	+					+
ЗК 05	+				+				+				
ЗК 06								+	+	+	+	+	+
ЗК 07				+	+								
ЗК 08				+									+
ФК 01			+		+		+	+		+		+	+
ФК 02								+			+		
ФК 03										+	+	+	+
ФК 04		+	+		+	+	+				+		
ФК 05				+				+					+
ФК 06				+	+				+				
ФК 07					+			+	+				+
ФК 08			+	+	+				+				+
ФК 09										+	+		+
АК 01		+	+			+	+						+
АК 02		+				+		+	+		+		
АК 03		+	+			+	+						+

6. Матриця забезпечення відповідності програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньо-професійної програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13
ПРН 01					+	+	+			+		+	+
ПРН 02		+	+		+	+	+	+					+
ПРН 03								+			+	+	+
ПРН 04			+					+					+
ПРН 05	+									+	+		+
ПРН 06				+	+								
ПРН 07		+			+	+	+		+				+
ПРН 08	+				+				+				
ПРН 09		+	+		+	+	+						+
ПРН 10			+	+	+								
ПРН 11			+					+					+
ПРН 12			+	+	+								
ПРН 13					+		+		+				
ПРН 14					+				+				+
ПРН 15	+	+					+	+		+	+	+	+
АПРН 01		+	+			+	+						+
АПРН 02		+				+		+	+		+		
АПРН 03		+	+			+	+						+

7. Матриця відповідності академічних компетентностей академічним результатам навчання

	АК 01	АК 02	АК 03
АПРН 01	+		
АПРН 02		+	
АПРН 03			+