ГРОМАДСЬКЕ ОБГОВОРЕННЯ

ID 77235

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний інститут»

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою Національного
аерокосмічного університету
«Харківський авіаційний інститут»
«___» _____ 2025 р., протокол № __

ПРОЄКТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ ТА БРЕНДИНГ

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
галузі знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
спеціальність	D5 «Маркетинг»
кваліфікація	Магістр маркетингу

Освітня програма вводиться в дію
з «__» _____ 20____ р.

В. о. ректора Національного
аерокосмічного університету
«Харківський авіаційний інститут»

_____ Олексій ЛИТВИНОВ
наказ № ___ від «__» _____ 20__ р.

Харків 20___

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму ОПП «Маркетинг та брендинг» для підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» (далі – ХАІ) розроблено у зв'язку з існуючими сучасними викликами глобалізації, цифрової трансформації та активного виходу українських компаній на міжнародні ринки, що вимагає від фахівців з маркетингу більш глибокого розуміння специфіки міжнародної торгівлі, крос-культурних комунікацій та стратегічного управління брендами у глобальному середовищі.

Необхідність введення ОП з такою назвою підтверджується численними відгуками провідних компаній різних галузей - від ІТ-сектору до промислового виробництва, логістики та аграрного бізнесу, які відзначають критичну важливість формування у майбутніх маркетологів компетенцій з глобального маркетингу та брендингу для успішної інтеграції українського бізнесу у світову економіку.

Розроблення освітньо-професійної програми «Маркетинг та брендинг» проведено робочою групою ОПП Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут» у складі:

Гарант/голова робочої групи	Маргарита ЧЕПЕЛЮК	докт. екон. наук, доцентка, доцентка кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування, член Української асоціації маркетингу
Члени робочої групи:	Василь ЛИБА	канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
	Ганна ЛІХОНОСОВА	докторка економ. наук, професорка, професорка кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
	Ірина ШЕВЧЕНКО	докторка економ. наук, доцентка, професорка кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування
	Галина ЛОГОША	керівник відділу продажів (маркетинг) ТОВ «АРТИКА-БІО»
	Анастасія ІВАЩУК	директор з маркетингу ТОВ «Нор-Ест Агро»
	Оксана ТАНЦЮРА	магістр з маркетингу, заступник начальника відділу профнавчання Харківської філії Харківського обласного центру зайнятості
	Аліна БЕЗРУЧЕНКО	здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», група 657 МГ

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (додаються):

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут»

ВСТУП

Відповідно до ст. 1 «Основні терміни та їх визначення» Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами) освітня програма – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Освітня програма використовується під час:

– акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю та спеціалізацією;

– розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик;

– розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;

– визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;

– професійної орієнтації здобувачів фаху.

Освітньо-професійна програма враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами), 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), Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341 і встановлює:

– обсяг та термін навчання магістрів;

– загальні компетентності;

– фахові компетентності;

– програмні результати навчання;

– перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньо-професійної програми;

– вимоги до структури навчальних дисциплін.

Освітньо-професійна програма використовується для:

– складання навчальних планів та робочих навчальних планів;

– формування індивідуальних планів студентів;

– формування робочих програм навчальних дисциплін, практик;

– визначення інформаційної бази для формування засобів діагностики;

– акредитації освітньо-професійної програми;

– внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки фахівців;

– атестації магістрів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та брендинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг».

Користувачі освітньо-професійної програми:

– здобувачі вищої освіти, які навчаються в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут»;

– науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку магістрів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та брендинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг»;

– екзаменаційна комісія спеціальності D5 «Маркетинг»;

– приймальна комісія Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут».

Освітньо-професійна програма поширюється на кафедри Університету, залучені для підготовки фахівців ступеня магістра за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та брендинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг».

1 НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітньо-професійна програма розроблена на основі таких нормативних документів і рекомендацій:

1.1 Закон України «Про вищу освіту». № 1556-VII від 01.07.2014 (зі змінами).

1.2 Стандарт 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.

1.3 Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341.

1.4 Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 № 266 (зі змінами).

1.5 Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 30 серпня 2024 р. № 1021.

1.6 Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010, затверджений наказом Держспоживстандарту України від 28.07.2010 р. № 327 (зі змінами).

1.7 Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, (наказ МОН України № 600 від 01.06.2017 р.) схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України (зі змінами).

1.8 Положення «Про організацію освітнього процесу» в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут» затверджене вченою радою університету.

1.9 Положення «Про розроблення та модернізацію освітніх програм в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут»», затверджено вченою радою Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут».

1.10 Положення «Про забезпечення права студентів на вибір навчальних дисциплін і порядок формування індивідуального навчального плану студента в Національному аерокосмічному університеті «Харківський авіаційний інститут»».

1.11 A Tuning Guide to Formulating Degree Programme Profiles Including Programme Competences and Programme Learning Outcomes. -Bilbao, Groningen and The Hague, 2010.

1.12 A TUNING-AHELO conceptual framework of expected/desired learning outcomes in engineering. OECD Education Working Papers, No. 60, OECD Publishing 2011 – http://dx.doi.org/10.1787/5kghtchn8mbn-en.

1.13 TUNING. EducationalStructuresinEurope. – http://www.unideusto.org/tuningeu/.

1.14 Національна рамка кваліфікацій. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п.

1.15 Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / Авт.: В.М.Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с.

1.16 Класифікація видів економічної діяльності: ДК 009:2010. – Чинний від 01.01.2012. – (Національний класифікатор України).

1.17 Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. Укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С. та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ : ДП НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с.

1.18 Професійний стандарт «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку». Наказ Міністерства економіки України № 751-21 від 18.10.2021 р.

1.19 Професійний стандарт «Рекламіст». Наказ Міністерства економіки України № 81-21 від 18.10.2022 р.

2 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ ТА БРЕНДИНГ» СПЕЦІАЛЬНОСТІ D5 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Національний аерокосмічний університет «Харківський авіаційний інститут» Кафедра менеджменту та бізнес-адміністрування National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute» Department of Management and Business Administration
Ступінь вищої освіти	магістр Master`s Degree
Галузь знань, спеціальність та назва кваліфікації	Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право» Field of Knowledge D: «Business, Administration, and Law» (ISCE – 0414 Marketing and advertising) Спеціальність D5 «Маркетинг» Program Subject Area D5 «Marketing» Кваліфікація: магістр маркетингу Qualification: Master`s Degree of Marketing
Офіційна назва ОПП	Маркетинг та брендинг Marketing and Branding
Тип диплому та обсяг ОПП	Диплом магістра, одиничний 90 кредитів ЄКТС / 1 рік 4 місяця
Наявність акредитації	Програма започатковується вперше. Оновлення, розроблення або модернізація освітньої програми здійснюється відповідно до розділу 5 Положення «Про розроблення та модернізацію освітніх програм в ХАІ».
Цикл/рівень	Другий (магістерський) рівень НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, QF-LLL – 7 рівень
Передумови	Особа має право здобувати ступень магістра за умови наявності ступеня бакалавра або магістра, або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста в порядку, визначеному законодавством
Мова(и) викладання	Мовою викладання є державна мова. З метою створення умов для міжнародної академічної мобільності може бути прийнято рішення про викладання однієї чи декількох дисциплін англійською та/або іншими іноземними мовами.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису ОПП	https://khai.edu/osvitno-profesiyni-programi-i-komponenti-dlya-magistriv-2025
2 – Мета освітньої програми	
Мета ОП освітньо-професійної програми «Маркетинг та брендинг» є підготовка магістрів, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю та створення успішних брендів, здатні вирішувати комплексні управлінські та науково-дослідні завдання у сфері маркетингових комунікацій та брендингу. Програма відповідає місії та стратегії розвитку Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут», оскільки спрямована на підготовку фахівців, здатних ідентифікувати та розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу та брендингу, в тому числі на підприємствах аерокосмічної галузі в Україні, формувати стратегії бренд-менеджменту та впроваджувати сучасні технології просування брендів.	
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область	Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність: D5 Маркетинг *Об'єктом* вивчення є маркетингова діяльність та брендинг як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів, а також створення і розвиток конкурентоспроможних брендів. *Цілі навчання* – підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним та креативним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності та

	брендингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій у сфері брендової комунікації та характеризуються невизначеністю умов і вимог сучасного ринкового середовища. *Теоретичний зміст предметної області:* суть маркетингу та брендингу як сучасних концепцій управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та брендингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності та процесів брендингу; розроблення маркетингових стратегій та брендових платформ; формування управлінських рішень у сфері маркетингу та управління брендами. *Методи, методики та технології:* загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності та побудови сильних брендів. *Інструменти та обладнання:* сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень, розробки елементів візуальної ідентичності бренду, моніторингу ефективності брендингових кампаній та управління репутацією брендів.
Орієнтація ОП	Освітньо-професійна
Основний фокус ОПП	Програма спрямована на оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління маркетинговою системою, розробки і розвитку брендів та виконання комплексних завдань маркетингового спрямування.
Особливості програми	Унікальність програми «Маркетинг та брендинг» полягає в органічному поєднанні фахової підготовки у сфері маркетингу з поглибленим вивченням стратегій брендингу, інтеграції сучасних наукових досліджень та високого рівня оволодіння цифровими технологіями, що дає змогу готувати магістрів, які володіють інноваційним та креативним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю та розвитку потужних брендів. Випускники програми здатні вирішувати комплексні управлінські та науково-дослідні завдання у сфері маркетингу та брендингу, створювати та розвивати бренд-платформи, розробляти стратегії позиціонування та просування брендів в умовах динамічного ринкового середовища, в тому числі на підприємствах високотехнологічних галузей та аерокосмічного сектору України. Така підготовка повністю відповідає місії та стратегії розвитку Національного аерокосмічного університету «Харківський авіаційний інститут».
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах, в установах та організаціях усіх галузей народного господарства, зокрема авіаційної та аерокосмічної галузей, а також ІТ-галузі, креативних індустрій, брендингових та рекламних агентств, будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як керівники або виконавці маркетингових та брендингових підрозділів; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу у сфері маркетингу та брендингу; науково-дослідницькі організації, пов'язані з вирішенням маркетингових проблем та дослідженням брендів; установи системи вищої освіти. Випускники можуть працювати на посадах: керівника департаменту маркетингу, бренд-менеджера, керівника підрозділів збуту й логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівника підрозділу з маркетингових досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога-аналітика; спеціаліста із зв'язків з громадськістю та PR, бренд-стратега, креативного директора, спеціаліста з інтернет-маркетингу, SMM-менеджера, спеціаліста з управління репутацією бренду, консультанта з розвитку брендів та маркетингових комунікацій, викладача вищих навчальних закладів та науковця, спеціаліста науково-дослідницької установи, керівника та заступника керівника підприємства, установи та

	організації;
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання спрямоване на розвиток критичного і творчого мислення, навчання через дистанційну освіту тощо. Лекції, мультимедійні лекції, лабораторні роботи, семінари, практичні заняття в малих групах, самостійна робота на основі підручників та конспектів, консультації із викладачами, підготовка кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Письмові або усні іспити, звіт з практики, розрахункові роботи, курсова робота, презентації, поточний (модульний) контроль, апробація результатів досліджень на наукових конференціях, кваліфікаційна робота та її публічний захист.
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)	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.
Фахові компетентності спеціальності (СК)	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. СК10. Здатність розробляти та просувати бренд з використанням сучасних маркетингових комунікацій задля формування привабливості та позитивного іміджу продукту, зокрема й високотехнологічних галузей. СК11. Здатність до застосування принципів, підходів та інструментарію управління маркетинговими технологіями та брендами з урахуванням тенденцій розвитку цифрового середовища.
7 – Програмні результати навчання	
ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його	

результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН15. Обирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПРН16. Впроваджувати маркетингові підходи та методи в діяльність ринкового суб'єкта, розробляти та просувати бренд з використанням сучасних маркетингових комунікацій задля формування привабливості та позитивного іміджу продукту, зокрема й високотехнологічних галузей. ПРН17. Застосовувати сучасні підходи, методи та інструментарій управління маркетинговими комунікаціями та брендингом ринкового суб'єкта в цифровому середовищі.	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, задіяні у викладанні професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені та/або вчене звання та відповідають ліцензійним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 зі змінами).
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова КМУ «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р. № 1187 зі змінами) і забезпечує проведення всіх видів навчальних занять та практик, передбачених навчальним планом. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.khai.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Корпуси університету, читальний зал забезпечений бездротовим безкоштовним доступом до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету. Слухачі освітньо-наукової програми мають вільний доступ до спецбібліотеки, що містить примірники рукописів дисертаційних

	робіт та авторефератів у друкованому та електронному вигляді.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним аерокосмічним університетом «Харківський авіаційний інститут» і ЗВО України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним аерокосмічним університетом «Харківський авіаційний інститут» і навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів ВО	Навчання здійснюється державною мовою. У певних випадках може бути прийнято рішення про викладання однієї чи декількох дисциплін англійською та/або іншими іноземними мовами.

3 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ (КОП) ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

3.1 Перелік компонент ОП

Код КОП	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Семестр	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП				
ОК1	Маркетинговий менеджмент	4	2	Іспит
ОК2	Стратегічний маркетинг	5	2	Іспит
ОК3	Маркетинговий аудит	5	2	Іспит
ОК4	Управління проєктами та інноваціями брендингу	4	1	Іспит
ОК5	Бренд-менеджмент високотехнологічних підприємств	4	1	Іспит
ОК6	Цифрові платформи в управлінській діяльності	4	1	Залік
ОК7	Методологія та організація наукових досліджень	4	1	Залік
ОК8	Обґрунтування управлінських рішень в маркетингу	5	1	Іспит
ОК9	Обґрунтування управлінських рішень в маркетингу (Курсова робота)	2	2	Диф. залік
ОК10	Переддипломна практика	10	3	Диф. залік
ОК11	Кваліфікаційна робота магістра	20	3	Атестація
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**67**		
Вибіркові компоненти ОП				
Окремі вибіркові дисципліни				
ВК1	Minor. Дисципліна 1	5	1	залік
ВК2	Minor. Дисципліна 2	5	2	залік
Окремі вибіркові дисципліни**				
ВК3	Дисципліна індивідуального вибору 1**	4	1	залік
ВК4	Дисципліна індивідуального вибору 2**	5	2	залік
ВК5	Професійні комунікації іноземною мовою***	4	2	залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**23**		
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**90**		

*Загальноуніверситетський блок, в якому блоки дисциплін для вибору пропонують кафедри Університету, що направлені на опанування і поглиблення певних компетентностей та результатів навчання, які можуть передбачати здобуття часткової професійної кваліфікації. До складу кожного блоку Minor входять чотири послідовних освітніх компоненти обсягом п'ять кредитів кожна. Здобувач може обрати будь-який блок дисциплін Minor. Блоки дисциплін Minor можуть оновлюватися за рішенням галузевої НМК.

**Здобувач обирає одну дисципліну із запропонованих у переліках освітніх компонент ВК4 та ВК5, які пропонують кафедри Університету відповідно до напрямів своєї діяльності у рамках науково-методичних комісій Університету, що направлені на опанування і поглиблення певних компетентностей та результатів навчання. Переліки складових освітніх компонент ВК4 та ВК5 можуть збільшуватися і оновлюватися за рішенням галузевої НМК.

***Здобувач обирає одну дисципліну із запропонованих у переліку/блоці освітньої компоненти ВК5, тим самим забезпечує опанування і поглиблення компетентностей та результатів навчання, що направлені на здобуття соціальних навичок (Softskills) відповідно до вимог стандарту спеціальності. Перелік складових освітніх компонент ВК5 може збільшуватися і оновлюватися за рішенням галузевої НМК.

3.2 Розподіл освітніх компонент освітньої програми (КОП) за курсами та семестрами

Під час формування переліку дисциплін, практик та атестації враховано вимоги Національної рамки кваліфікацій України, стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, положення «Про організацію освітнього процесу в ХАІ» (https://khai.edu/polozenna-pro-organizaciu-osvitnogo-procesu) та відповідних нормативних документів.

Практики та/або стажування (за всіма видами) входять до складу обов'язкових навчальних дисциплін. Кількість форм контролю на навчальний рік не перевищує шістнадцять. Аудиторне навантаження становить від 1/3 до 2/3 загального обсягу навантаження.

Розподіл освітніх компонент освітньої програми (КОП) за курсами та семестрами надано у додатку А.

3.3 Структурно-логічна схема освітньої програми

В основу розроблення освітньо-професійної програми покладено компетентнісний підхід з використанням ЄКТС, де для досягнення запланованих результатів навчання за освітньою програмою (навчальною дисципліною, модулем) передбачаються певні витрати часу здобувачем, тобто необхідний і достатній обсяг навчального навантаження здобувача, виражений у кількості кредитів ЄКТС (1 кредит ЄКТС дорівнює 30 годинам), 1 семестр – 30 кредитів ЄКТС, навчальний (академічний) рік – 60 кредитів ЄКТС.

Освітньо-професійна програма передбачає виділення дисциплін двох видів: обов'язкових дисциплін та дисципліни за вільним вибором здобувача. Структурно-логічна схема освітньої програми відображає послідовність вивчення її компонент і наведена у додатку Б. Схема містить обов'язкову й вибіркову компоненту. Здобувачем вищої освіти обирається індивідуальна траєкторія навчання, яка реалізується через обирання вибіркових компонент відповідно до Положення «Про забезпечення права студентів на вибір навчальних дисциплін і порядок формування індивідуального навчального плану студента» (https://khai.edu/polozenna-pro-zabezpecenna-prava-studentiv-na-vibir-navcalnih-disciplin-i-poradok-formuvanna-individualnogo-navcalnogo-planu-studenta).

4 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та брендинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр маркетингу.

Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

5 МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Програмні компетентності	ОК1	ОК2	0К3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11
ЗК1	+	+	+	+	+			+	+	+	+
ЗК2		+		+	+	+				+	+
ЗК3	+		+				+	+	+	+	+
ЗК4	+		+	+	+					+	
ЗК5	+			+		+				+	+
ЗК6		+	+			+	+	+	+	+	+
ЗК7		+		+	+					+	+
ЗК8		+		+				+	+	+	+
СК1	+	+	+		+			+	+	+	+
СК2		+	+	+	+					+	+
СК3			+				+	+	+	+	+
СК4	+	+		+	+	+					+
СК5			+		+			+	+	+	+
СК6	+	+	+	+	+			+	+	+	+
СК7	+	+	+	+	+					+	+
СК8	+	+	+	+	+					+	+
СК9			+				+	+	+	+	+
СК10				+	+	+				+	
СК11				+	+	+				+	

6 МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМ КОМПОНЕНТАМИ ОПП

Програмні результати навчання	ОК1	ОК2	0К3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11
ПРН 1	+	+	+	+	+			+	+	+	+
ПРН 2	+	+	+	+	+			+	+	+	+
ПРН 3			+				+	+	+	+	+
ПРН 4	+	+								+	+
ПРН 5				+	+		+			+	+
ПРН 6	+	+	+	+	+			+	+	+	+
ПРН 7	+	+	+	+	+			+	+	+	
ПРН 8				+	+	+	+			+	+
ПРН 9	+	+	+	+	+			+	+	+	+
ПРН 10	+	+	+	+	+			+	+	+	+
ПРН 11		+		+	+			+		+	+
ПРН 12	+	+	+	+	+					+	+
ПРН 13	+	+	+	+	+					+	+
ПРН 14	+	+		+	+					+	+
ПРН 15			+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН 16				+	+	+				+	
ПРН 17				+	+	+				+	

Додаток А

Розподіл освітніх компонент освітньої програми (КОП) за курсами та семестрами

1 курс				2 курс	
1 семестр		2 семестр		3 семестр	
КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів	КОП	кількість кредитів
ОК4	4	ОК1	4	ОК10	10
ОК5	4	ОК2	5	ОК11	20
ОК6	4	ОК3	5		
ОК7	4	ОК9	2		
ОК8	5				
ВК1	*5*	*ВК2*	*5*		
ВК3	*4*	*ВК4*	*5*		
		ВК5	*4*		
30,0		30,0		30,0	
60				60	

Всі компоненти (обов'язкові та вибіркові), їх зміст, формування компетентностей (загальних, спеціальних(фахових)) та визначення результатів навчання представлено у силабусах навчальних дисциплін на сайті в розділі «Короткий опис, структура і освітні компоненти освітніх програми і компонентів» (окремо за кожним курсом навчання) освітньо-професійної програми «Маркетинг та брендинг» спеціальності D5 «Маркетинг»

https://khai.edu/profil-id-77235

Додаток Б

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

