ПРОЄКТ

ФЕДЕРАЦІЯ ПРОФЕСІЙНИХ СПІЛОК УКРАЇНИ

АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ

ЗАТВЕРДЖЕНО (ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕНО)
Вченою радою АПСВТ
Голова Вченої ради
_____ Сухомлин В.Б.
Протокол № ___ від «___» _____ 2026 р

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

найменування

Рівень вищої освіти	*другий (магістерський) рівень*
Ступінь вищої освіти	*магістр*
Галузь знань	*D Бізнес, адміністрування та право*
Спеціальність	*D5 Маркетинг*
Освітня кваліфікація	*магістр маркетингу*

КИЇВ – 2026

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» (ОПП «Маркетинг»): другий (магістерський) рівень, галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг розроблена відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту»; Національної рамки кваліфікації, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. №1341 (зі змінами); Національних класифікаторів ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності» та ДК 003:2010 «Класифікатор професій»; Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960; Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)», затвердженого рішенням конференції ГО «Українська Асоціація Маркетингу» від 09.01.2025 р. (рішення №1, протокол № 1) та внесеного до Реєстру кваліфікацій 21.01.2025 р.; Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 р. № 1021) (зі змінами); постанови Кабінету Міністрів України від 21 лютого 2025 р. № 188 «Про внесення зміни до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти»; Постанови Кабінету Міністрів України від 30.l2.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» (зі змінами); Положення про організацію освітнього процесу в Академії праці, соціальних відносин і туризму

Розроблено проектною (робочою) групою у складі:

ПИСАРЕНКО Надія Василівна *гарант освітньої програми*	кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу АПСВТ, завідувач кафедри маркетингу АПСВТ
ЯРМОЛЕНКО Юлія Олександрівна	доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу АПСВТ
ШОЛУДЧЕНКО Сергій Васильович	кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, декан факультету економіки, соціальних технологій та туризму АПСВТ
ГОЦУЛ Віталій Євгенович	здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» АПСВТ
БАРДОВСЬКА Марина	Head of Digital and E-commerce, Приватне акціонерне товариство «АртВайнері»

Рецензії / відгуки

І. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Академія праці, соціальних відносин і туризму, кафедра маркетингу
Спеціальність	D5 Маркетинг
Назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Магістр Магістр маркетингу
Тип диплому та обсяг програми	Одиничний ступінь, 90 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію № 1188642 від 02.08.2017 р., термін дії – до 01.07.2026 р.
Рівень програми	НРК України – 7 рівень; FQ-EHEA – другий цикл, EQF – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавр або спеціаліст / магістр
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Форми здобуття освіти, обсяг освітньої програми в кредитах ЄКТС та терміни навчання	Очна (денна) форма – 90 кредитів, 1 рік 6 місяців; заочна форма – 90 кредитів, 1 рік 6 місяців Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
Мова(и) навчання / оцінювання	українська
Структурний підрозділ відповідальний за ОП	Кафедра маркетингу АПСВТ https://www.socosvita.kiev.ua/about/structure/marketing-department
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.socosvita.kiev.ua/about/public
Професійна кваліфікація	Не надається
2. Мета освітньої програми	
Метою даної програми є формування конкурентоспроможного фахівця у сфері маркетингу, здатного мислити стратегічно, діяти інноваційно та відповідально в умовах цифрової трансформації, сталого розвитку та динаміки соціально-економічного середовища, а також забезпечення інтеграції сучасних теоретичних знань, аналітичного інструментарію та практичних навичок для розв'язання складних маркетингових завдань із урахуванням	

соціальних, етичних та екологічних викликів, сприяючи формуванню системного бачення ролі маркетингу в забезпеченні сталого бізнесу й гармонійного суспільного розвитку.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область	*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 та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. *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
Фокус освітньої програми	*Фокус програми* зосереджений на підготовці фахівців, здатних поєднувати сучасні маркетингові інструменти, стратегічне маркетингове мислення та аналітичний підхід із соціально відповідальним підходом, принципами сталого розвитку та етичними стандартами. Програма спрямована на формування здатності магістра маркетингу ініціювати зміни через соціально значущі маркетингові стратегії, відповідати на глобальні виклики, а також сприяти підвищенню добробуту спільнот, сталому розвитку економіки та

	створенню довгострокової цінності для бізнесу і суспільства. Здобувачі набувають компетентностей, що дозволяють формувати маркетингові рішення, які забезпечують економічну ефективність у поєднанні з екологічною відповідальністю та соціальною справедливістю.
Особливості освітньої програми	Освітня програма *орієнтована* на підготовку фахівців нового покоління, здатних формувати й реалізовувати ефективні маркетингові стратегії в умовах цифрової трансформації, соціальних змін та глобалізації, а також на розвиток компетентностей у сфері стратегічного маркетингу, аналітики, комунікацій та управління споживацькою поведінкою з урахуванням етичних засад, принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу. *Особливістю* програми є поєднання міждисциплінарного підходу, практичної спрямованості та соціального контексту, що відображає місію АПСВТ.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Працевлаштування	Випускники можуть здійснювати професійну діяльність відповідно до професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» та обіймати посади (виконувати професійні функції), передбачені цим професійним стандартом, зокрема: *маркетолога, фахівця з маркетингу, фахівця з методів розширення ринків збуту, помічника маркетолога, асистента маркетолога, SMM-маркетолога, SMM-менеджера, контент-маркетолога, контент-менеджера, контент-мейкера, таргетолога, бренд-маркетолога, бренд-менеджера, трейд-маркетолога, фахівця з торгового маркетингу, цифрового (digital) маркетолога, інтернет-маркетолога, фахівця з цифрового маркетингу*. Професійні можливості випускників відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010: *1233* директор з маркетингу; *1234* начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); *1237.1* головні фахівці; *1475* менеджер (управитель) з маркетингу; *1475.4* менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; *1476.1* менеджери (управителі) з реклами; *2419.2* експерт,

	рекламіст, консультант, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).
Продовження освіти	Навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Підходи до викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, що реалізується через поєднання проблемно-орієнтованого, дослідницького, проєктного та практико-орієнтованого підходів із використанням кейс-методу, ділових ігор, аналітичних завдань, самостійної роботи, практичної підготовки та сучасних цифрових технологій навчання.
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль, що включає тестування, індивідуальні та групові завдання, презентації, аналітичні роботи, проєктні завдання, усні та письмові іспити, захист результатів практичної підготовки та публічний захист кваліфікаційної магістерської роботи.
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	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК9. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. ЗК10. Здатність інтегрувати принципи сталого розвитку в маркетингову діяльність, враховуючи соціальні, екологічні та економічні аспекти діяльності підприємства (компанії) задля формування довгострокової цінності для суспільства та бізнесу.

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. СК10. Здатність розробляти та впроваджувати соціально відповідальні та орієнтовані на сталий розвиток маркетингові стратегії та рішення, оцінювати їх економічні, соціальні й екологічні наслідки для створення довгострокової цінності для бізнесу та суспільства.
7. Програмні результати навчання	
ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	

ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. ПРН16. Аналізувати та впроваджувати принципи сталого розвитку у маркетингову діяльність з урахуванням соціальних, екологічних і економічних наслідків для формування довгострокової цінності бізнесу та суспільства.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	До реалізації освітньої програми залучаються науково-педагогічні працівники, які мають відповідну академічну та/або професійну кваліфікацію, досвід наукової та професійної діяльності у сфері маркетингу, систематично підвищують кваліфікацію та забезпечують інтеграцію сучасних практик в освітній процес.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічна база забезпечує реалізацію освітньої програми та включає навчальні аудиторії, спеціалізовані лабораторії, комп'ютерні класи, мультимедійне обладнання, доступ до мережі Інтернет, програмні продукти та цифрові інструменти для аналітичної, дослідницької та маркетингової діяльності.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Включає навчальні плани, робочі програми, силабуси, методичні матеріали, електронні освітні ресурси та інші складові, необхідні для реалізації освітньої програми.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Може здійснюватися відповідно до угод АПСВТ і реалізовуватися здобувачами вищої освіти за освітніми програмами у ЗВО-партнерах в межах України.
Міжнародна кредитна мобільність	Визначаються чинним законодавством та двосторонніми / багатосторонніми угодами між АПСВТ та закордонними ЗВО-партнерами.
Навчання іноземних здобувачів освіти	В межах ліцензійного обсягу спеціальності за умови попередньої мовленнєвої підготовки.
10. Форма атестації здобувачів вищої освіти	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна магістерська робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна магістерська робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна магістерська робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозатарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства.
11. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	
В АПСВТ функціонує система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, формалізована у Положенні про організацію освітнього процесу в АПСВТ та реалізується через систему внутрішньо перевірочних заходів Центру внутрішньої системи якості освіти та акредитації АПСВТ, що передбачає реалізацію таких процедур і заходів: 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти; 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті АПСВТ;	

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти.

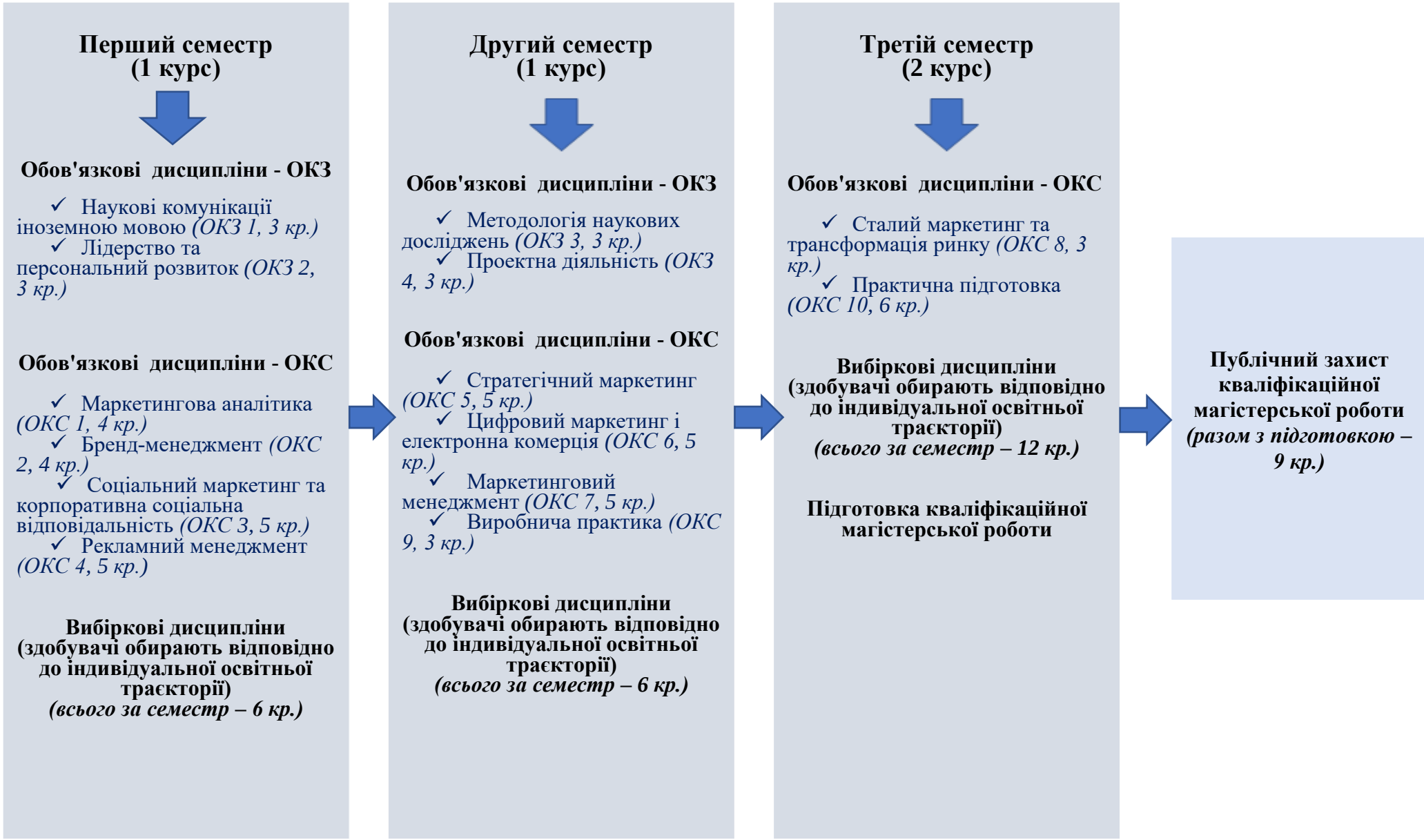
Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти АПСВТ за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG).

ІІ. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

1. Перелік компонентів			
Код	**Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)**	**Кількість кредитів**	**Форма підсумкового контролю**
Обов'язкові компоненти			
Цикл навчальних дисциплін, які формують загальні компетентності (шифр - ОКЗ) (12 кредитів)			
ОКЗ 1	Наукові комунікації іноземною мовою	3	залік
ОКЗ 2	Лідерство та персональний розвиток	3	залік
ОКЗ 3	Методологія наукових досліджень	3	залік
ОКЗ 4	Проектна діяльність	3	іспит
Цикл навчальних дисциплін, які формують спеціальні (фахові) компетентності (шифр – ОКС) (45 кредит)			
ОКС 1	Маркетингова аналітика	4	іспит
ОКС 2	Бренд-менеджмент	4	іспит
ОКС 3	Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність	5	іспит
ОКС 4	Рекламний менеджмент	5	іспит
ОКС 5	Стратегічний маркетинг	5	іспит
ОКС6	Цифровий маркетинг і електронна комерція	5	іспит
ОКС 7	Маркетинговий менеджмент	5	іспит
ОКС 8	Сталий маркетинг та трансформація ринку	3	іспит
ОКС 9	Виробнича практика	3	залік
ОКС 10	Практична підготовка	6	залік

Вибіркові компоненти (здобувачі обирають 24 кредити)
Підготовка та захист кваліфікаційної магістерської роботи (9 кредитів)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ – 90 кредитів

ІІІ. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»



IV-1. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ІК	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10
ОКЗ 1				+		+	+													+	
ОКЗ2		+			+	+		+									+				
ОКЗ 3	+	+		+			+						+	+						+	
ОКЗ 4	+	+	+	+		+		+	+						+		+				
ОКС 1	+	+		+			+						+	+		+				+	
ОКС 2	+	+	+		+		+					+			+			+	+		
ОКС 3	+	+	+			+				+	+				+			+			+
ОКС 4		+	+	+			+					+			+		+	+			
ОКС 5	+	+					+		+			+	+			+		+	+		
ОКС 6			+		+		+					+			+	+		+	+		
ОКС 7	+	+		+		+		+	+							+	+	+	+		
ОКС 8	+	+					+			+	+	+	+					+			+
ОКС 9	+	+		+	+	+	+	+		+						+	+		+		
ОКС 10	+	+		+		+	+		+		+			+				+		+	+

IV-2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	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
ОКЗ 1					+			+								
ОКЗ 2						+		+		+			+			
ОКЗ 3			+		+						+				+	
ОКЗ 4			+		+	+		+								
ОКС 1			+						+	+	+				+	
ОКС 2	+			+			+		+					+		
ОКС 3	+			+				+	+					+		+
ОКС 4	+			+					+	+				+		
ОКС 5		+		+		+				+	+	+				
ОКС 6	+	+				+			+		+				+	
ОКС 7				+		+	+			+		+	+	+		
ОКС 8		+		+					+		+					+
ОКС 9		+				+		+		+		+	+	+		
ОКС 10			+		+	+	+	+				+	+		+	+