

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ»**  
**«INTERNATIONAL MARKETING»**  
**(мова навчання англійська)**

**другого (магістерського) рівня вищої освіти**  
**(ПРОЄКТ)**

**Спеціальність**      **075 Маркетинг**  
**Specialty**            **075 Marketing**

**Галузь знань**            **07 Управління та адміністрування**  
**Field of**                    **07 Management and Administration**  
**Knowledge**

**Кваліфікація:**        **Магістр маркетингу**  
**Qualification:**       **Master of Marketing**

Київ 2024

Kyiv 2024

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

**Гарант освітньої програми (голова робочої групи)**

**Дарчук Вероніка Геннадіївна** - кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;

**Члени робочої групи:**

**Виноградова Олена Володимирівна** - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу;

**Совершенна Ірина Олексіївна** - кандидат технічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;

**Ігнатенко Ольга Василівна** - кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу;

**Качмала Вікторія Іванівна** - кандидат історичних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;

**Соколов Олександр Сергійович** - генеральний директор ТОВ «Компанія «Про-Консалтінг»;

**Яблонський Георгій Олексійович** - директор ВЕБ-студії «UPWAY»;

**Шваб Марина Віталіївна** – здобувач вищої освіти другого рівня спеціальності 075 «Маркетинг», ОПП «Маркетинг»;

**Ільницький Тарас Романович** - здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня спеціальності 075 «Маркетинг», ОНП «Маркетинг»

## PREFACE

Developed by a working group consisting of:

**Guarantor of the educational program (head of the working group)**

**Veronika Darchuk** - PhD in Economics, docent; docent of the marketing department;

**Members of the working group:**

**Olena Vinogradova** - Doctor of Economics, professor, head of the marketing department;

**Irina Sovershenna** – PhD in Technical Sciences, docent; docent of the marketing department;

**Olga Ignatenko** – PhD in Psychology, docent; docent of the marketing department;

**Viktoriia Kachmala** - PhD in History, docent; docent of the marketing department;

**Oleksandr Sokolov** - CEO of Pro-Consulting Company LLC;

**Шваб Марина Віталіївна**– applicant for higher education of the second level of specialty 075 "Marketing", EPP "Marketing";

**Taras Ilnytskyi** - applicant for higher education of the third (educational and scientific) level of specialty 075 "Marketing", EPP "Marketing"

## I. Профіль освітньої програми / Profile of the educational program

<b>1 – Загальна інформація / 1 – General Information</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу / Full name of higher education institution and structural unit</b>	Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій, Навчально-науковий інститут менеджменту і підприємництва, кафедра маркетингу / <i>State University of Information and Communication Technologies, Educational and Scientific Institute of Management and Entrepreneurship, Department of Marketing</i>
<b>Рівень вищої освіти / Higher education level</b>	Другий (магістерський) рівень / <i>Second (Master's) level</i>
<b>Ступінь вищої освіти / Higher education degree</b>	Магістр / <i>Master</i>
<b>Галузь знань / Field of Knowledge</b>	07 – Управління та адміністрування / <i>07 – Management and Administration /</i>
<b>Спеціальність / Speciality</b>	075 – Маркетинг / <i>075 – Marketing</i>
<b>Назва освітньої програми / Name of the educational program</b>	Міжнародний маркетинг / <i>International Marketing (освітньо-професійна програма) / (educational and professional program)</i>
<b>Обмеження щодо форм навчання / Restrictions on forms of education</b>	Без обмежень / <i>No restrictions</i>
<b>Освітня кваліфікація / Educational qualification</b>	Магістр маркетингу / <i>Master of Marketing</i>
<b>Професійна кваліфікація / Professional qualifications</b>	Не надається / <i>Not provided</i>
<b>Кваліфікація в дипломі / Qualifications in the diploma</b>	Ступінь вищої освіти – Магістр спеціальність – 075 «Маркетинг» освітня програма – Маркетинг / <i>Obtained qualification - Master Degree specialty – 075 «Marketing» educational program – Marketing</i>
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми / Type of diploma and scope of educational program</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки. Не менше 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти / <i>Master's degree, single, 90 ECTS credits, duration of study 1.5 years. At least 35% of the educational program is aimed at providing general and special (professional)</i>

	<i>competencies in the specialty, defined by the higher education standard</i>
<b>Наявність акредитації</b> <i>Availability of accreditation</i>	
<b>Цикл/рівень/</b> <i>Cycle/Level</i>	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA- другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень / <i>NRC (National Qualification Framework) of Ukraine - level 7, FQ-EHEA - second cycle, EQF-LLL - level 7</i>
<b>Передумови/</b> <i>Prerequisites</i>	Наявність ступеня бакалавра, магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст» / <i>Possession of a bachelor's degree, master's degree, or a "specialist" educational qualification level</i>
<b>Мова(и) викладання/</b> <i>Language(s) of teaching</i>	Англійська мова / English language
<b>Термін дії освітньої програми/</b> <i>Validity of the educational program</i>	Програма вводиться в дію з 01.09.2025 р. Програма дійсна впродовж дії державних стандартів вищої освіти та може бути відкоригована відповідно до «Порядку розроблення, затвердження, моніторингу та внесення змін до освітніх програм та навчальних планів у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій» / <i>The program is put into effect from 01.09.2025. The program is valid for the duration of the state standards of higher education and may be adjusted in accordance with the "Procedure for the development, approval, monitoring and amendments to educational programs and curricula at the State University of Information and Communication Technologies".</i>
<b>Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b> <i>Internet - address of permanent placement of the description of the educational program</i>	<a href="http://www.dut.edu.ua/ua/621-osvitno-profesiyni-programi-kafedra-marketingu">http://www.dut.edu.ua/ua/621-osvitno-profesiyni-programi-kafedra-marketingu</a>

## **2 – Мета освітньої програми / 2 – The purpose of the educational program**

Метою магістерської програми відповідно до місії ДУІКТ є підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та програмними компетентностями (загальними та професійними), необхідними для ефективної міжнародної маркетингової діяльності в умовах глобальної економічної інтеграції та посилення конкуренції на міжнародних ринках / *The goal of the master's program, in accordance with the mission of SUICT, is to prepare marketing masters who have an innovative way of thinking and program competencies (general and professional) necessary for effective international marketing activities in the context of global economic integration and increased competition in international markets.*

## **3 – Характеристика освітньої програми / 3 – Features of the educational program**

**Опис  
предметної  
області  
освітньої  
програми/  
Description of  
the subject area  
of the  
educational  
program**

Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів на національних та міжнародних ринках.

*Object of study: marketing activity as a form of interaction of subjects of market relations to satisfy their economic and social interests in national and international markets.*

Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для розв'язання завдань та проблем реалізації міжнародної маркетингової діяльності в умовах глобальної економічної інтеграції та посилення конкуренції на міжнародних ринках, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

*Learning objectives: training of specialists who have modern economic thinking and relevant competencies necessary to solve the tasks and problems of implementing international marketing activities in the context of global economic integration and increased competition in international markets, which involve research and/or innovation and are characterized by uncertainty of conditions and requirements.*

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 як на національному так і міжнародному рівні; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу з урахуванням міжнародного досвіду.

*Theoretical content of the subject area: the essence of marketing as a modern concept of business management; conceptual and categorical apparatus, principles, functions, concepts of marketing and their historical prerequisites; specifics of the activities of market entities in various spheres and in different types of markets, both at the national and international levels; the content of marketing activities, the development of marketing strategies and the formation of managerial decisions in the field of marketing, taking into account international experience.*

Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях.

*Methods, techniques and technologies: general scientific and special methods, professional methods and technologies necessary to ensure*

	<p><i>effective marketing activities at the national and international levels.</i></p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p><i>Tools and equipment: modern universal and specialized information systems and software products necessary for making and implementing marketing management decisions.</i></p>
<p><b>Орієнтація освітньої програми/</b> <i>Orientation of the educational program</i></p>	<p>Освітньо-професійна <i>Educational and professional</i></p>
<p><b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації/</b>  <i>The main focus of the educational program and specialization</i></p>	<p>Підготовка професійно-компетентних, креативних, високо-інтелектуальних фахівців, здатних працювати у сфері маркетингу на національному та міжнародному рівнях, і забезпечувати європейський рівень надання маркетингових послуг на інноваційних засадах. Акцент на впровадженні інноваційних методів та технологій в процесі міжнародної маркетингової діяльності на підприємствах, в установах і організаціях відповідно до сучасних вимог роботодавців.</p> <p>Ключові слова: міжнародний маркетинг, інноваційний маркетинг, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент, маркетинговий аналіз.</p> <p><i>Training of professionally competent, creative, highly intellectual specialists capable of working in the field of marketing at the national and international levels, and ensuring the European level of marketing services on an innovative basis. Emphasis on the introduction of innovative methods and technologies in the process of international marketing activities at enterprises, institutions and organizations in accordance with modern requirements of employers.</i></p> <p><i>Keywords: international marketing, innovative marketing, marketing strategy, marketing management, marketing analysis.</i></p>
<p><b>Особливості програми/</b></p>	<p>Освітня програма спрямована на підготовку фахівців з міжнародного маркетингу з пріоритетом інноваційних технологій маркетингової діяльності, маркетингового аналізу, які здатні вирішувати проблеми розробки та реалізації ефективної стратегії міжнародного маркетингу.</p> <p>Програма передбачає викладання навчальних дисциплін спеціалістами у сфері маркетингу і його інформаційно-аналітичного забезпечення відповідно запитам цифрових трансформацій суспільства з урахуванням міжнародного досвіду, що суттєво поглиблює фахові компетентності майбутніх випускників.</p>

<p><b>Features of the program</b></p>	<p>Інноваційний підхід до підготовки фахівців з міжнародного маркетингу базується на формуванні практичних навичок і вмінь на основі сучасних теоретичних знань, інноваційних освітніх технологій, з використанням навчально-матеріальної бази кафедри маркетингу, створеної на обладнанні останнього покоління.</p> <p>Залучення до навчального процесу представників бізнесу з компаній-партнерів: ТОВ «ГЛОБАЛДІДЖІТАЛ», WEB-студія «UP WAY», ТОВ «ПАРТНЕРЕД», ТОВ «УДС СИСТЕМС», ТОВ «ЗАКУПКИ. ПРОМ.УА», ФТД «РИТЕЙЛ», ТОВ «ПРО-КОНСАЛТІНГ», «ТОВ «COMPRESSORS INTERNATIONAL», ТОВ «ФАРМА-ПЕРСОНАЛ», ТОВ «РІАЛ ДОРС», спрямоване на вдосконалення здобувачами професійних компетенцій, наближення до світових вимог у фаховій спеціалізації.</p> <p><i>The educational program is aimed at training specialists in international marketing with the priority of innovative technologies of marketing activities, marketing analysis, who are able to solve the problems of developing and implementing an effective international marketing strategy.</i></p> <p><i>The program provides for the teaching of academic disciplines by specialists in the field of marketing and its information and analytical support in accordance with the needs of digital transformations of society , taking into account international experience, which significantly deepens the professional competencies of future graduates.</i></p> <p><i>An innovative approach to the training of specialists in international marketing is based on the formation of practical skills and abilities on the basis of modern theoretical knowledge, innovative educational technologies, using the educational and material base of the Department of Marketing, created on the equipment of the latest generation.</i></p> <p><i>Involvement of business representatives from partner companies in the training process: GLOBALDIGITAL LLC, WEB-studio "UP WAY", PARTNERED LLC, UDS SYSTEMS LLC, PROCUREMENT. PROM.UA LLC, FTD "RETAIL", LLC "PRO-CONSULTING", LLC «COMPRESSORS INTERNATIONAL», PHARMA-PERSONAL LLC, REAL DOORS LLC, is aimed at improving professional competencies by applicants, approaching world requirements in professional specialization.</i></p>
<p><b>4 – Викладання та оцінювання/ 4 - Teaching and Assessment</b></p>	
<p><b>Викладання та навчання/ Teaching and learning</b></p>	<p>Основними підходами до викладання та навчання за освітньо-професійною програмою, що сприяють досягненню програмних результатів навчання, є: студентоцентроване навчання; проблемно-орієнтоване навчання; навчання з використанням освітніх інноваційних технологій; залучення провідних фахівців у сфері маркетингу та міжнародному маркетингу до гостьових лекцій; практична підготовка. Навчання здійснюється відповідно до навчального плану, в якому міститься інформацію</p>

	<p>про перелік та обсяг навчальних дисциплін та практичної підготовки, форми проведення навчальних занять та їх обсяг, графік навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю. Викладання проводиться англійською мовою.</p> <p><i>The main approaches to teaching and learning according to the educational and professional program, which contribute to the achievement of programmatic learning outcomes, are: student-centered learning; problem-oriented learning; training using educational innovative technologies; involvement of leading experts in the field of marketing and international marketing in guest lectures; Practical training. Training is carried out in accordance with the curriculum, which contains information about the list and scope of academic disciplines and practical training, the forms of conducting training sessions and their volume, the schedule of the educational process, the forms of current and final control. Teaching is conducted in English.</i></p>
<p><b>Оцінювання/ Evaluation</b></p>	<p>Формами оцінювання результатів навчання є: поточний контроль знань; екзамен; диференційований залік. З навчальних дисциплін, що завершуються екзаменом, підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти враховує результати поточної успішності та екзамену; з навчальних дисциплін, що завершуються диференційованим заліком - результати поточного контролю. Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою. Університет визнає результати навчання, отримані у неформальній/інформальній освіті. Наявність свідоцтв і сертифікатів про успішне завершення таких онлайн курсів розглядається на предмет їх відповідності кредитам ЄКТС, компетентностям та програмним результатам навчання.</p> <p><i>The forms of assessment of learning outcomes are: current control of knowledge; Exam; differentiated test.</i></p> <p><i>For academic disciplines that end with an exam, the final assessment of the knowledge of higher education applicants takes into account the results of current academic performance and the exam; in academic disciplines that end with a differentiated test - the results of current control.</i></p> <p><i>Assessment is carried out on a 100-point scale.</i></p> <p><i>The university recognizes learning outcomes obtained in non-formal/informal education. The availability of certificates and certificates of successful completion of such online courses is considered for their compliance with ECTS credits, competencies and program learning outcomes.</i></p>
<p><b>Академічні права випускників/</b></p>	<p>Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>



<i>Academic rights of graduates</i>	They have the right to continue their studies at the third (educational and scientific) level of higher education. Acquisition of additional qualifications in the system of postgraduate education.
<b>5 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання/ 5 – Graduates' suitability for employment and further education</b>	
<b>Придатність до працевлаштування/ Suitability to employment</b>	<p>Випускники отримують можливість працевлаштування на вітчизняних та міжнародних підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в області маркетингу на посадах, визначених чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) в межах відповідної спеціальності та обіймати посади в інших секторах економіки.</p> <p><i>Graduates get the opportunity to find employment at domestic and international enterprises (organizations, institutions) of various forms of ownership in the field of marketing in positions determined by the current edition of the National Classifier of Ukraine: Classifier of Professions (DK 003:2010) within the relevant specialty and hold positions in other sectors of the economy.</i></p>
<b>6 – Ресурсне забезпечення реалізації програми/ 6 – Resource support for the implementation of the program</b>	
<b>Кадрове забезпечення/ Staffing</b>	<p>Реалізацію ОПП забезпечують науково-педагогічні працівники, які мають науковий ступінь, наукова та професійна активність яких відповідає Ліцензійним умовам, затвердженим Постановою Кабінету міністрів України № 1187 від 30.12.15 р. (у редакції від 20.06.2021) «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти». До проведення гостьових лекцій залучаються представники бізнесу у сфері міжнародного маркетингу.</p> <p><i>The implementation of the educational program is provided by scientific and pedagogical workers who have a scientific degree, whose scientific and professional activity meets the Licensing Conditions approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1187 of 30.12.15 (as amended on 20.06.2021) "On Approval of the Licensing Conditions for Educational Activities of Educational Institutions". Representatives of business in the field of international marketing are involved in guest lectures.</i></p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення/ Material and technical ensure</b>	<p>Матеріально-технічне забезпечення освітнього процесу (навчальні приміщення, навчальна лабораторія, мультимедійне обладнання тощо) відповідає вимогам та потребам до проведення лекційних, практичних, семінарських, у тому числі в дистанційному режимі.</p> <p><i>The material and technical support of the educational process (educational premises, educational laboratory, multimedia</i></p>

	<i>equipment, etc.) meets the requirements and needs for lectures, practical, seminars, including in remote mode.</i>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення/</b> <i>Informational and educational support</i>	Всі дисципліни навчального плану забезпечені інформаційними та навчально-методичними матеріалами, у т.ч. мають доступ до електронної бібліотеки Університету, забезпечено доступ студентів до мережі Інтернет. Відповідне інформаційне та навчально-методичне забезпечення розташоване на освітній платформі Google Classroom. <i>All disciplines of the curriculum are provided with informational and educational materials, including access to the electronic library of the University, students' access to the Internet is provided. The relevant information and educational and methodological support is located on the Google Classroom educational platform.</i>
<b>7 – Академічна мобільність/ 7 – Academic mobility</b>	
<b>Національна кредитна мобільність/</b> <i>National credit mobility</i>	Національна кредитна мобільність може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства та за наявності відповідних укладених договорів. <i>National credit mobility can be carried out in accordance with the requirements of the current legislation and in the presence of relevant concluded agreements.</i>
<b>Міжнародна кредитна мобільність/</b> <i>International credit mobility</i>	Міжнародна кредитна мобільність може здійснюватися згідно з вимогами чинного законодавства та за наявності відповідних укладених договорів. <i>International credit mobility can be carried out in accordance with the requirements of the current legislation and in the presence of relevant concluded agreements.</i>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти/</b> <i>Training of foreign applicants for higher education</i>	Іноземним здобувачам вищої освіти гарантуються всі права та свободи, у відповідності до чинного законодавства України. <i>Foreign applicants for higher education are guaranteed all rights and freedoms, in accordance with the current legislation of Ukraine.</i>
<b>8 - Програмні компетентності/ 8 - Program competencies</b>	
<b>Інтегральна компетентність /</b> <i>Integral competence</i>	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. <i>Ability to solve complex tasks and problems in the field of marketing in professional activities or in the process of training, which involves conducting research and/or implementing innovations and is characterized by uncertainty of conditions and requirements.</i>
<b>Загальні</b>	<b>ЗК1.</b> Здатність приймати обґрунтовані рішення. <b>GCI.</b> Ability to make informed decisions.

<b>компетентності</b> <b>(ЗК)/</b> <b>General</b> <b>Competence</b> <b>(GC)</b>	<b>ЗК2.</b> Здатність генерувати нові ідеї (креативність) <b>GC2.</b> <i>Ability to generate new ideas (creativity)</i>
	<b>ЗК3.</b> Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. <b>GC3.</b> <i>Ability to evaluate and ensure the quality of the work performed.</i>
	<b>ЗК4.</b> Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. <b>GC4.</b> <i>Ability to adapt and act in a new situation.</i>
	<b>ЗК5.</b> Навички міжособистісної взаємодії. <b>GC5.</b> <i>Interpersonal skills.</i>
	<b>ЗК6.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. <b>GC6.</b> <i>Ability to search, process and analyze information from various sources.</i>
	<b>ЗК7.</b> Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. <b>GC7.</b> <i>Ability to take initiative and entrepreneurship.</i>
	<b>ЗК8.</b> Здатність розробляти проекти та управляти ними. <b>GC8.</b> <i>Ability to develop and manage projects.</i>
	<b>ЗК9.</b> Здатність саморозвиватися та самовдосконалюватися упродовж життя. <b>GC9.</b> <i>The ability to develop and improve oneself throughout life.</i>
	<b>ЗК 10.</b> Здатність ухвалювати рішення, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів суспільної та академічної недоброчесності. <b>GC 10.</b> <i>Ability to make decisions adhering to the principle of inadmissibility of corruption and any other manifestations of public and academic dishonesty.</i>
	<b>Спеціальні</b> <b>(фахові)</b> <b>компетентності</b> <b>(СК)/</b> <b>Special</b> <b>(professional)</b> <b>Competence</b> <b>(SC)</b>
<b>СК2.</b> Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. <b>SC2.</b> <i>Ability to correctly interpret the results of the latest theoretical research in the field of marketing and the practice of their application.</i>	
<b>СК3.</b> Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. <b>SC3.</b> <i>Ability to conduct independent research and interpret their results in the field of marketing.</i>	
<b>СК4.</b> Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. <b>SC4.</b> <i>Ability to apply a creative approach to work in the specialty.</i>	
<b>СК5.</b> Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.	

	<p><i>SC5. Ability to diagnose the marketing activity of a market entity, carry out marketing analysis and forecasting.</i></p>
	<p><b>СК6.</b> Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.  <i>SC6. The ability to choose and apply effective means of managing the marketing activities of a market entity at the level of an organization, division, group, network.</i></p>
	<p><b>СК7.</b> Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.  <i>SC7. Ability to develop and analyze the marketing strategy of a market entity and ways to implement it, taking into account interfunctional relationships.</i></p>
	<p><b>СК8.</b> Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.  <i>SC8. Ability to form a marketing system of a market entity and evaluate the effectiveness and efficiency of its functioning.</i></p>
	<p><b>СК9.</b> Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.  <i>SC9. Ability to carry out theoretical and applied research in the field of marketing at the appropriate level.</i></p>
	<p><b>СК10.</b> Здатність використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях.  <i>SC10. Ability to use modern information and communication technologies in the management of marketing activities at the national and international levels.</i></p>
	<p><b>СК11.</b> Здатність до розуміння глобального конкурентного середовища і ринкових інновацій та здійснення маркетингових досліджень зарубіжних ринків товарів і послуг з метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.  <i>SC11. Ability to understand the global competitive environment and market innovations and to carry out marketing research of foreign markets for goods and services in order to ensure effective marketing activities of a market entity in a cross-functional context.</i></p>
<p><b>9 – Програмні результати навчання (ПРН)/ 9 - Program Learning Outcomes (PLO)</b></p>	
	<p><b>ПРН 1.</b> Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.  <b>PLO 1.</b> <i>To know and be able to apply modern principles, theories, methods and practical techniques of marketing in practical activities.</i></p>
	<p><b>ПРН 2.</b> Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p>

<p><b>PLO 2.</b> <i>To be able to adapt and apply new achievements in the theory and practice of marketing to achieve specific goals and solve the problems of a market subject.</i></p>
<p><b>ПРН 3.</b> Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p><b>PLO 3.</b> <i>Plan and carry out their own research in the field of marketing, analyze its results and justify the adoption of effective marketing decisions in conditions of uncertainty.</i></p>
<p><b>ПРН 4.</b> Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p><b>PLO 4.</b> <i>Be able to develop a strategy and tactics of marketing activities, taking into account the cross-functional nature of its implementation.</i></p>
<p><b>ПРН 5.</b> Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p><b>PLO 5.</b> <i>Present and discuss the results of scientific and applied research, marketing projects in the state and foreign languages.</i></p>
<p><b>ПРН 6.</b> Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p><b>PLO 6.</b> <i>Be able to increase the efficiency of marketing activities of a market entity at different levels of management, develop and manage projects in the field of marketing.</i></p>
<p><b>ПРН 7.</b> Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p><b>PLO 7.</b> <i>To be able to form and improve the marketing system of a market subject.</i></p>
<p><b>ПРН 8.</b> Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p><b>PLO 8.</b> <i>Use methods of interpersonal communication in the course of solving collective problems, negotiations, scientific discussions in the field of marketing.</i></p>
<p><b>ПРН 9.</b> Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p><b>PLO 9.</b> <i>Understand the essence and features of the use of marketing tools in the process of making marketing decisions.</i></p>
<p><b>ПРН 10.</b> Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p><b>PLO 10.</b> <i>To substantiate marketing decisions at the level of a market entity using modern management principles, approaches, methods, techniques.</i></p>
<p><b>ПРН 11.</b> Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p><b>PLO 11.</b> <i>Use the methods of marketing strategic analysis and interpret its results in order to improve the marketing activities of the market entity.</i></p>
<p><b>ПРН 12.</b> Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p><b>PLO 12.</b> <i>Carry out diagnostics and strategic and operational marketing management for the development and implementation of marketing strategies, projects and programs.</i></p>
<p><b>ПРН 13.</b> Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p>

<i><b>PLO 13.</b> To manage the marketing activities of the market entity, as well as its divisions, groups and networks, to determine the criteria and indicators for its evaluation.</i>
<b>ПРН 14.</b> Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. <i><b>PLO 14.</b> To form a marketing system of interaction, to build long-term mutually beneficial relationships with other market subjects.</i>
<b>ПРН 15.</b> Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. <i><b>PLO 15.</b> Collect the necessary data from various sources, process and analyze their results using modern methods and specialized software.</i>
<b>ПРН 16.</b> Діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів суспільної та академічної недоброчесності. <i><b>PLO 16.</b> To act in accordance with the principle of inadmissibility of corruption and any other manifestations of public and academic dishonesty.</i>
<b>ПРН 17.</b> Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях. <i><b>PLO 17.</b> To use modern information and communication technologies in the management of marketing activities at the national and international levels.</i>
<b>ПРН 18.</b> Приймати обґрунтовані рішення з питань вибору маркетингової стратегії при роботі на зарубіжному ринку. <i><b>PLO 18.</b> Make informed decisions on the choice of a marketing strategy when working in a foreign market.</i>

## **II. Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти/ Form of final certification of applicants for higher education**

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b> <b>Forms of attestation of higher education applicants</b>	Атестація магістрів з маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.  <i>Certification of masters in marketing is carried out in the form of public defense of qualification work.</i>
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення дослідження 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 Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій або розміщена в його репозитарії.

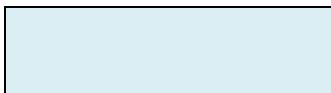
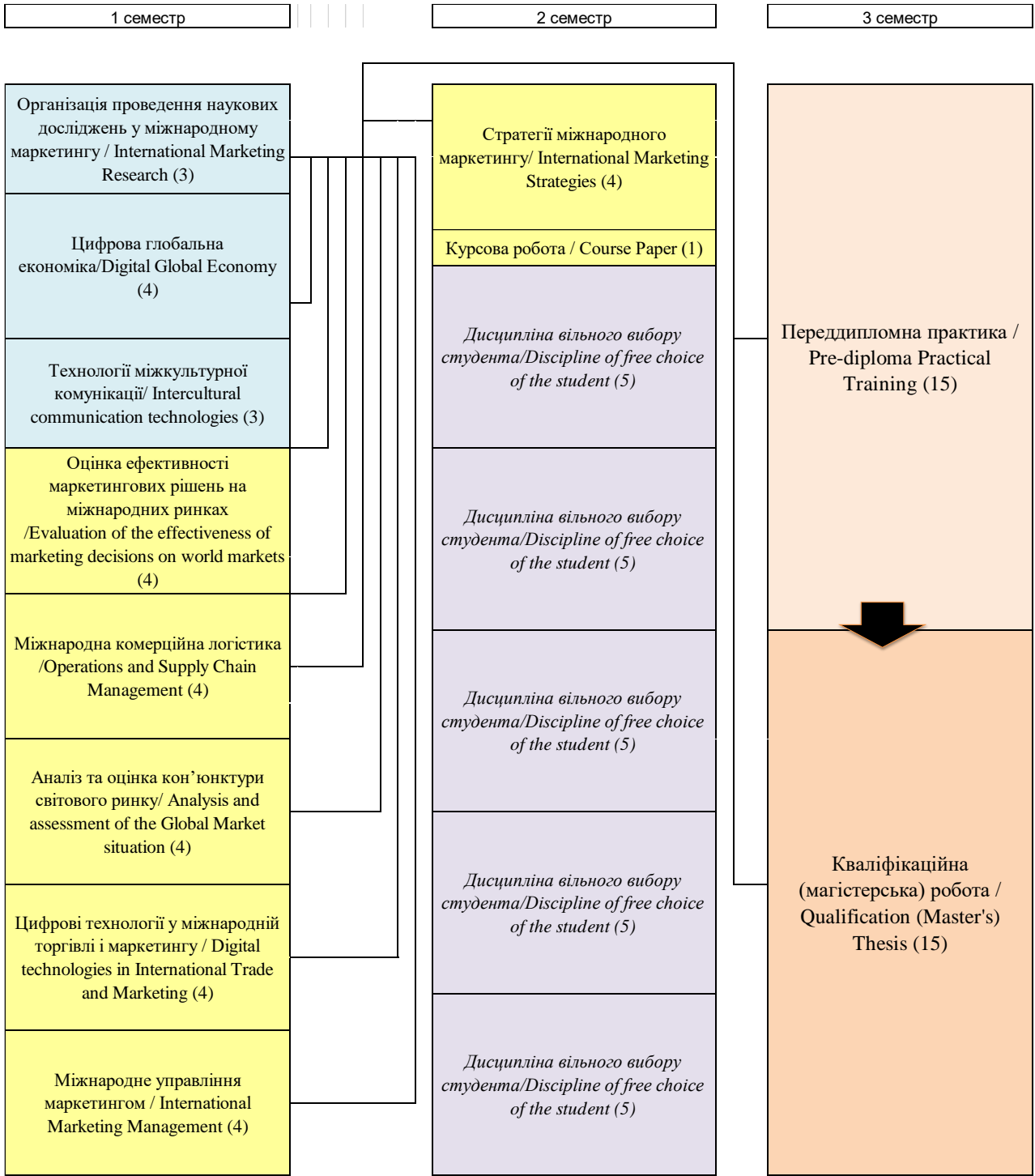
<p><b><i>Requirements for qualification work</i></b></p>	<p>Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p> <p><i>Qualification work should provide for the solution of a complex specialized task or problem in the field of modern marketing, which involves research and/or implementation of innovations and is characterized by uncertainty of conditions and requirements.</i></p> <p><i>The qualification work must not contain academic plagiarism, including incorrect text borrowings, fabrication and falsification.</i></p> <p><i>The qualification work must be published on the official website of the State University of Information and Communication Technologies or posted in its repository.</i></p> <p><i>Publication of qualification papers containing information with limited access is carried out in accordance with the requirements of the current legislation.</i></p>
--	---

### III. Перелік компонент освітньо-професійної програми/ List of components of the educational and professional program

Код н/д Code n/a	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) <i>Components of the educational program (academic disciplines, course projects (works), internships, qualification work)</i>	Кількість кредитів <i>Number of credits</i>	Форма підсумкового контролю <i>Form final control</i>
<b>Обов'язкові компоненти ОП/ Mandatory components of the EP</b>			
<b>Цикл загальної підготовки / General training cycle</b>			
ЗК15.1.01 GC15.1.01	Організація проведення наукових досліджень у міжнародному маркетингу / <i>International Marketing Research</i>	3	Диф.зал.
ЗК15.1.02 GC15.1.02	Цифрова глобальна економіка/ <i>Digital Global Economy</i>	4	Екзамен
ЗК15.1.03 GC 15.1.03	Технології міжкультурної комунікації/ <i>Intercultural communication technologies</i>	3	Диф.зал.
<b>Всього за циклом загальної підготовки/Total by general training cycle</b>		<b>10</b>	-
<b>Цикл професійної та практичної підготовки/ Cycle of professional and practical training</b>			
<b>Навчальні дисципліни професійної підготовки/ Academic disciplines of professional training</b>			
ПП.15.2.01 PT.15.2.01	Оцінка ефективності маркетингових рішень на міжнародних ринках / <i>Evaluation of the effectiveness of marketing decisions on world markets</i>	4	Диф.зал./ Diff.test
ПП.15.2.02 PT.15.2.02	Міжнародна комерційна логістика / <i>Operations and Supply Chain Management</i>	4	Диф.зал./ Diff.test
ПП.15.2.03 PT.15.2.03	Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку/ <i>Analysis and assessment of the Global Market situation</i>	4	Екзамен/ Exam
ПП.15.2.04 PT.15.2.04	Цифрові технології у міжнародній торгівлі і маркетингу / <i>Digital technologies in International Trade and Marketing</i>	4	Екзамен/ Exam
ПП.15.2.05 PT.15.2.05	Міжнародне управління маркетингом / <i>International Marketing Management</i>	4	Екзамен/ Exam
ПП.15.2.06 PT.15.2.06	Стратегії міжнародного маркетингу/ <i>International Marketing Strategies</i>	4	Екзамен/ Exam
ПП.15.2.06.1 PT.15.2.06.1	Курсова робота з дисципліни Стратегії міжнародного маркетингу/ <i>International Marketing Strategies</i>	1	Диф.зал./ Diff.test
<b>Практична підготовка/ Practical training</b>			
ПП.15.2.07 PT.15.2.07	Переддипломна практика / <i>Pre-diploma Practical Training</i>	15	Диф.зал./ Diff.test
<b>Всього за циклом професійної та практичної підготовки/ Total by cycle of professional and practical training</b>		<b>38</b>	-
<b>Атестація/ Certification</b>			
ПП.15.2.08 PT.15.2.08	Кваліфікаційна (магістерська) робота / <i>Qualification (Master's) Thesis</i>	15	Захист/ Defend
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів / Total volume of mandatory components</b>		<b>65</b>	-
<b>Вибіркові освітні компоненти (ОК) ОП/ Selective educational components (EC) EP</b>			
-	На вибір здобувача вищої освіти / <i>At the choice of the applicant for higher education</i>	25	Диф.зал./ Diff test
<b>Загальний обсяг вибіркових компонент / Total volume of sample components:</b>		<b>25</b>	-
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/ TOTAL VOLUME OF THE EDUCATIONAL PROGRAM</b>		<b>90</b>	-



# IV. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми/ Structural and logical scheme of the educational and professional program



Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки/  
Mandatory components of the general training cycle



Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки/  
Mandatory components of the professional training cycle



Освітні компоненти за вибором здобувача вищої освіти/  
Educational components at the choice of the applicant for higher education



**VI. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)  
 відповідними компонентами освітньої програми/  
 Matrix of Providing Program Learning Outcomes (PLO) with the  
 appropriate components of the educational program**

	ПРН 1/PLO 1	ПРН 2/PLO 2	ПРН 3/PLO 3	ПРН 4/PLO 4	ПРН 5/PLO 5	ПРН 6/PLO 6	ПРН 7/PLO 7	ПРН 8/PLO 8	ПРН 9/PLO 9	ПРН 10/PLO 10	ПРН 11/PLO 11	ПРН 12/PLO 12	ПРН 13/PLO 13	ПРН 14/PLO 14	ПРН 15/PLO 15	ПРН 16/PLO 16	ПРН 17/PLO 17	ПРН 18/PLO 18
ЗК 15.1.01 GK 15.1.01			•		•			•							•	•		
ЗК 15.1.02 GK 15.1.02		•		•			•			•							•	
ЗК 15.1.03 GK 15.1.03				•	•			•						•				
ПІ 15.2.01 PT 15.2.01			•		•	•			•	•			•		•			•
ПІ 15.2.02 PT 15.2.02		•	•											•			•	
ПІ 15.2.03 PT 15.2.03			•								•	•			•		•	•
ПІ 15.2.04 PT 15.2.04	•							•	•						•		•	
ПІ 15.2.05 PT 15.2.05		•	•	•		•			•	•		•	•				•	
ПІ 15.2.06 PT 15.2.06	•		•	•		•	•		•	•	•	•		•				•
ПІ 15.2.07 PT 15.2.07	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПІ 15.2.08 PT 15.2.08	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

**Гарант освітньої програми**

доцент кафедри маркетингу  
 Навчально-наукового інституту  
 менеджменту та підприємництва,  
 кандидат економічних наук, доцент



**Вероніка ДАРЧУК**

**Guarantor of the educational program**

Docent of the marketing department  
 of the Educational and Scientific Institute of  
 Management and Entrepreneurship,  
 PhD in Economics, docent

**Veronika DARCHUK**