

МОН УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТРАНСПОРТНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
Кваліфікація: магістр маркетингу



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

Микола ДМИТРИЧЕНКО

(протокол № 7 від 26.06 2025 р.)

Освітня програма введена в дію з 01 вересня 2022 р.



Ректор

Олександр ГРИЩУК

(наказ №55/04-021 від «01» червня 2022 р.)

Чинна в редакції 2025 року після перегляду

(наказ № 182 від «26» червня 2025 р.)

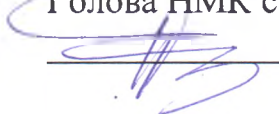
Київ – 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми


Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Освітньо-професійна програма
Освітня кваліфікація

Другий (магістерський)
D Бізнес, адміністрування та право
D5 Маркетинг
Маркетинг
Магістр маркетингу

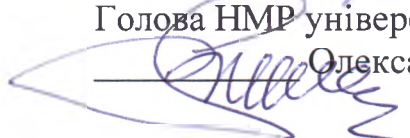
РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією
спеціальності D5 Маркетинг
Протокол № 1
від « 17 » червня 2025 р.
Голова НМК спеціальності
 Олена ПИЛИПЕНКО

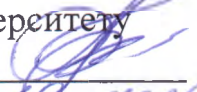
ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчальної роботи та
міжнародних зв'язків
Національного транспортного
університету
 Віталій ХАРУТА
« 19 » червня 2025 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою
університету
Протокол № 48
від « 19 » червня 2025 р.
Голова НМР університету
 Олександр МЕЛЬНИЧЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Керівник відділу забезпечення
якості вищої освіти
Національного транспортного
університету
 Анна ХАРЧЕНКО
« 19 » червня 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО

Робочою групою освітньо-професійної програми науково-методичної комісії спеціальності D5 Маркетинг Національного транспортного університету у складі:

1. **Пилипенко Олена Віталіївна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування;
2. **Яновська Вікторія Петрівна**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування;
3. **Творонович Вікторія Ігорівна**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування.

Стейкхолдери:

1. **Мельник Тетяна Степанівна**, д-р екон. наук, менеджер відділу методології та розвитку закупівельної функції Управління методології та аналізу Департаменту закупівель АТ «Укрзалізниця»;
2. **Хворостецька Ольга Іванівна**, засновник та керівник маркетингової агенції GrowthKey Marketing Studio;
3. **Кузьмицька Юлія Костянтинівна**, засновник та керівник Project Generation, Культурно-освітній простір LABS;
4. **Зіганшин Ренат Анварович**, таргетолог та лектор навчально-освітньої платформи ProPhoto;
5. **Ходаківський Максим Вячеславович**, здобувач першого курсу другого рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг»;
6. **Бурим Євгеній Сергійович**, здобувач першого курсу другого рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг»;
7. **Гриценко Лілія Володимирівна**, магістр маркетингу, випускник програми;
8. **Осадча Ольга Юріївна**, магістр маркетингу, випускник програми.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Освітньо-професійну програму 2025 року розглянуто, обговорено та затверджено на засіданні Вченої ради Національного транспортного університету

Протокол № 7 від 16.06.2024 р.

Голова Вченої ради НТУ

Микола ДМИТРИЧЕНКО

НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказом ректора Національного транспортного університету від 26 2024 р. наказ № 582

Ректор НТУ

Олександр ГРИЩУК

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного транспортного університету.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів

1. **Савицька Наталія Леонідівна**, д-р екон. наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету;

2. **Мельник Тетяна Степанівна**, д-р екон. наук, менеджер відділу методології та розвитку закупівельної функції Управління методології та аналізу Департаменту закупівель АТ «Укрзалізниця»;

3. **Очигава Сергій**, головний виконавчий директор та співзасновник маркетингової агенції «Highwaytotop».

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний транспортний університет Навчально науковий інститут управління, технологій та правових наук Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – магістр. Освітня кваліфікація – магістр маркетингу.
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний. Форма здобуття освіти: очна (денна), заочна. Обсяг освітньої програми – 90 кредитів ЄКТС на базі ступеня бакалавра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста або ступеня магістра. Строк навчання: заочною (денною), заочною формою здобуття освіти – 1 роки 4 місяці. Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.).
Наявність акредитації	Освітня програма акредитована умовно Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти України. Сертифікат про акредитацію освітньої програми 16228, дійсний до 24.06.2026
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, QF-LLL – 7 рівень.
Передумови	Наявність ступеня бакалавра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста або ступеня магістра
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	Програма впроваджена у 2022 році за Переліком галузей знань і спеціальностей 2015 року, діє до наступного оновлення.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.ntu.edu.ua/osvitni-programi/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих і конкурентоспроможних фахівців із маркетингу, здатних системно мислити, ухвалювати стратегічні рішення в умовах невизначеності, здійснювати міждисциплінарні аналітичні дослідження, ініціювати та впроваджувати інновації, розробляти ціннісні маркетингові пропозиції для бізнесу, зокрема транспортного, та суспільства, діючи етично, відповідально та з урахуванням глобальних і локальних викликів	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність,	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність D5 Маркетинг

<p>спеціалізація (за наявності))</p>	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію та спрямована на підготовку фахівців із маркетингу, здатних вирішувати складні практичні завдання, пов'язані з розробкою та реалізацією маркетингових стратегій, дослідженням ринку, управлінням клієнтським досвідом, брендами, інноваціями і комунікаціями у динамічному цифровому та глобалізованому середовищі. Галузева спрямованість передбачає здобуття здатності розробляти та впроваджувати маркетингові рішення й інструменти, адаптовані до потреб транспортного бізнесу, з урахуванням особливостей споживчої поведінки та специфіки транспортних послуг. Освітньо-професійна програма поєднує економічну, поведінкову, управлінську, аналітичну та технологічну складові, орієнтована на формування стратегічного, критичного та етичного мислення та передбачає подальший професійний розвиток або наукову кар'єру в сфері маркетингу.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Освітньо-професійна програма зосереджена на підготовці фахівців, здатних розробляти та реалізовувати інноваційні маркетингові рішення на основі комплексного підходу, аналітики даних і сучасних цифрових технологій. Основний фокус спрямований на інтеграцію стратегічного мислення, маркетингової креативності, цифрових інструментів та поведінкових моделей для ефективної комунікації зі споживачами, управління брендами та створення конкурентних переваг бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>Ключові слова: інноваційний маркетинг, психологія маркетингу і реклами, медіакомунікації, маркетингове партнерство, дизайн реклами, медіаарт, просування веб-ресурсів, маркетинговий аналіз, маркетингова стратегія, цифрові інструменти, аналітика, адміністрування, прогнозування, моделювання, економіка, бізнес, транспортний бізнес.</p>

Особливості програми	Освітньо-професійна програма інтегрує знання з маркетингу, економіки, поведінкових наук, цифрових технологій та дизайну комунікацій. Значну увагу приділено цифровим інструментам аналітики та застосуванню інновацій. Програма передбачає формування у здобувачів глибокого розуміння споживчої поведінки і методів впливу на неї через медіа та візуальні засоби.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на посади відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010), які потребують наявності вищої освіти зі спеціальності D5 Маркетинг.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього циклу FQ-EHEA, 8 рівня EQF-LLL та 8 рівня НРК України. 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	Основний підхід: проблемно-орієнтоване студентоцентроване навчання з елементами самонавчання. Методи викладання: лекції, практичні заняття, консультації, наукові семінари, практика, елементи дистанційного навчання. Освітньо-професійною програмою передбачене використання освітніх технологій: пасивних (роз'яснювально-ілюстративних), активних (проблемних, інтерактивних, проектних, інформаційно-комп'ютерних, саморозвиваючих). Змістове наповнення дисциплін поєднано з сучасними інтерактивними технологіями навчання – кейсами, практикумами, тренінгами, які формують професійні компетенції, навички прийняття інноваційних маркетингових рішень
Оцінювання	Методи оцінювання. Екзамени, заліки, захист курсової роботи, звітів з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано, незараховано); 100-бальною шкалою та шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).
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)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
Фахові компетентності освітньої програми (ФКС)	<p>ФКС1. Здатність виявляти та інтерпретувати поведінкові моделі споживачів, інтегрувати цифрові, візуальні та комунікаційні технології та міждисциплінарні знання у маркетингові стратегії та інноваційні маркетингові рішення.</p> <p>ФКС2. Здатність розробляти маркетингові рішення та адаптувати маркетингові інструменти до потреб транспортного бізнесу з урахуванням особливостей споживчої поведінки та специфіки транспортних послуг.</p>
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання спеціальності (ПРН)	<p>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу;</p> <p>ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;</p> <p>ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;</p> <p>ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації;</p> <p>ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами;</p> <p>ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними;</p> <p>ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта;</p>

	<p>ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу;</p> <p>ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень;</p> <p>ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів;</p> <p>ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;</p> <p>ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм;</p> <p>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання;</p> <p>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку;</p> <p>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
<p>Програмні результати навчання освітньої програми (ПРНС)</p>	<p>ПРНС1. Визначати, аналізувати та інтерпретувати поведінкові моделі споживачів із використанням міждисциплінарних підходів, цифрової аналітики та психології прийняття рішень;</p> <p>ПРНС2. Проектувати та реалізовувати маркетингові стратегії з використанням цифрових, візуальних і комунікаційних технологій, адаптуючи їх до потреб цільової аудиторії в умовах невизначеності;</p> <p>ПРНС3. Розробляти та впроваджувати маркетингові рішення й інструменти, адаптовані до потреб транспортного бізнесу з урахуванням особливостей споживчої поведінки та специфіки транспортних послуг.</p>
<p>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</p>	
<p>Кадрове забезпечення</p>	<p>Підготовку здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг освітньо-професійної програми «Маркетинг» забезпечують кваліфіковані науково-педагогічні працівники. До реалізації освітньої програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники проходять підвищення кваліфікації (стажування), в т.ч. закордонні.</p>
<p>Матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>Матеріально технічне забезпечення підготовки здобувачів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» зі спеціальності D5 Маркетинг складається з лекційних аудиторій, обладнаних мультимедійною технікою, та комп'ютерних класів з прикладним спеціалізованим програмним забезпеченням.</p>

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційно-методичне забезпечення кожної з дисциплін, що входять до циклу підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг складається з навчально-методичних матеріалів з усіх освітніх компонент, наукової бібліотеки, читальних залів.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність забезпечується співпрацею з провідними навчальними закладами України задля організації взаємного обміну здобувачами вищої освіти у відповідності до угоди про співробітництво.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну здобувачами вищої освіти за проектами з міжнародної кредитної мобільності.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до державних вимог.

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

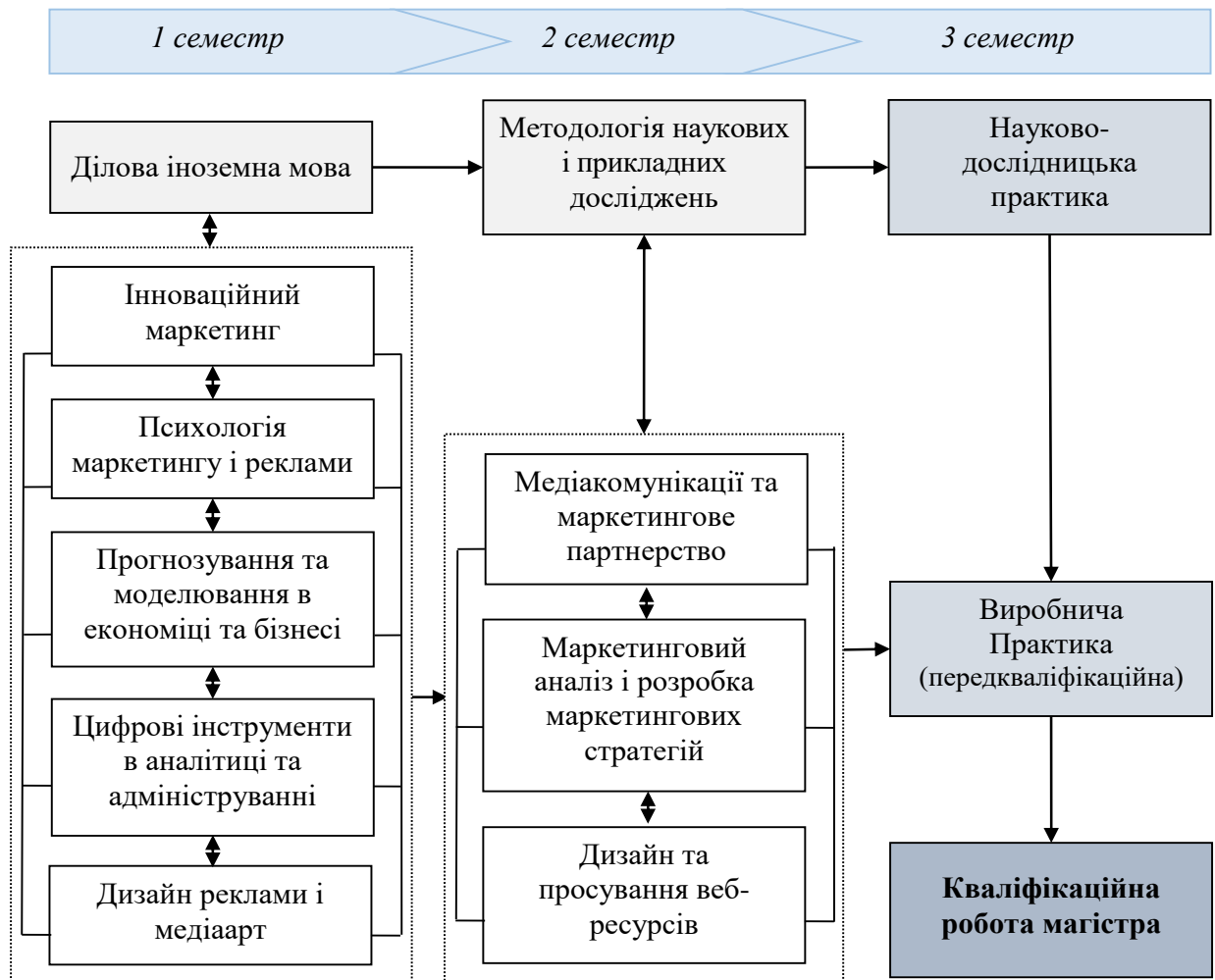
2.1. Перелік компонентів ОП

Код ОК	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти ОП			
1.1 Цикл дисциплін загальної підготовки			
ОК1	Ділова іноземна мова	3	залік
ОК2	Методологія наукових і прикладних досліджень	3	екзамен
Разом за циклом загальної підготовки		6	
1.2 Цикл дисциплін професійної підготовки			
ОК3	Інноваційний маркетинг	4	екзамен
ОК4	Психологія маркетингу і реклами	4	екзамен
ОК5	Прогнозування та моделювання в економіці та бізнесі	4	екзамен
ОК6	Цифрові інструменти в аналітиці та адмініструванні	4	екзамен
ОК7	Дизайн реклами і медіарт	3	залік
ОК8	Медіакомунікації та маркетингове партнерство	4	екзамен
ОК9	Маркетинговий аналіз і розробка маркетингових стратегій (КР включно як модуль ОК)	4	екзамен
ОК10	Дизайн та просування веб-ресурсів	3	екзамен
Практична підготовка			
НД	Науково-дослідницька практика	6	диф. залік
ВП	Виробнича практика (передкваліфікаційна)	6	диф. залік
Атестація			
МР	Кваліфікаційна робота магістра	18	атестація
Разом за циклом професійної підготовки		60	
Разом за циклом 1 «Обов'язкові компоненти ОП»		66	
2. Вибіркові компоненти ОП*			
2.1. Каталог ОП			
ВК1	Вибірковий компонент каталогу ОП	4	залік
ВК2	Вибірковий компонент каталогу ОП	4	залік
ВК3	Вибірковий компонент каталогу ОП	4	залік
ВК4	Вибірковий компонент каталогу ОП	4	залік
Разом за каталогом ОП		16	
2.2. Каталог інституту*			
ВКІ1	Вибірковий компонент каталогу інституту	4	залік
ВКІ2	Вибірковий компонент каталогу інституту	4	залік
Разом за каталогом факультету		8	
Разом за циклом 2 «Вибіркові компоненти ОП»		24	
ЗАГАЛОМ		90	

Примітки:

*Процедура реалізації права здобувачів на вибір навчальних дисциплін визначена у Положенні про порядок реалізації студентами НТУ права на вільний вибір навчальних дисциплін (http://vstup.ntu.edu.ua/pro_vybir_navch_dystryplin.pdf) і передбачає вибір з каталогу ОП та/або каталогу Навчально-наукового інституту управління, технологій та правових наук.

2.2. Структурно-логічна схема



Вибіркові компоненти
у кількості дві компоненти у 1 семестрі та чотири компоненти у 2 семестрі, у т.ч. із каталогу Навчально-наукового Інституту управління, технологій та правових наук, із можливістю вибору обов'язкових компонент інших освітніх програм

	Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки
	Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки
	Практична підготовка
	Вибіркові компоненти
	Атестація

