

Додаток
до наказу ректора ДВНЗ «ПДТУ»

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«Приазовський державний технічний університет»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«ІТ Маркетинг»
другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: магістр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
вченою радою ДВНЗ «ПДТУ»
протокол від №7 від «27» лютого 2020 р.

Ректор _____ В. С.Волошин

вводиться в дію з 01.09.2020 р.

м. Маріуполь, 2020

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми «ІТ маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 “Маркетинг”
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Перший проректор

В. М. Євченко

Голова Методичної ради
ДВНЗ «ПДТУ»

В. О. Роянов

Декан факультету

О. В. Хаджинова

Завідувач навчального відділу

Ю.В. Гусєв

ПЕРЕДМОВА

1. Розроблено:
Проектною групою кафедри «Маркетинг і бізнес-адміністрування»
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»
 2. Освітня програма «ІТ маркетинг»
(назва освітньої програми)
 3. Розробники:
Керівник проектної групи – Гончар Вікторія Василівна, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування
(наказ № від р. про призначення керівника проектної групи)
- Члени проектної групи:
1. Горохова Тетяна Вадимівна, кандидат економічних наук, доцент
 2. Калінін Олександр Володимирович, кандидат економічних наук, доцент

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» Економічний факультет
Ступінь освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр з ІТмаркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма «ІТ маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію НД № 0588724, протокол 120 від 14.03.2016 р. Україна Період акредитації: до 01.07.2026 р.
Цикл / рівень	НПК України – 7 рівень, FQ – ENEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2025 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://pstu.edu/
2 – Мета освітньої програми	
Здобуття особою теоретичних знань, умінь, навичок та інших компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у галузі інтернет та ІТ маркетингу, оволодіння методологією наукової діяльності, а також проведення власного наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предмета область (галузь знань, спеціальність)	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна Магістр з ІТ маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності у сучасному цифровому просторі
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Набуття необхідних знань та практичних навичок для подальшої кар'єри в області ІТ маркетингу, менеджменту, логістики, розробка моделей та методів економічного аналізу в цифровій галузі.

	<p>Оволодіння методами прогнозування та дослідження інтернет та цифрового ринку, технологіями розробки маркетингових планів, методиками проведення рекламної кампанії в інтернет епоху.</p> <p>Використання пакетів прикладних програм автоматизації процесів управління, аналізу, планування та контролю бізнес - процесів, що застосовуються сучасними підприємствами та організаціями у умовах цифрової економіки</p> <p><i>Ключові слова:</i> ІТ маркетинг, дослідження, цифрова економіка, управління</p>
Особливості програми	<p>Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії цифрового маркетингового менеджменту, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, товарної політики, дисциплін, що вивчають інформаційні технології.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні) усіх галузей і форм власності, в яких випускники працюють на посадах директорів, заступника директора за функціональними напрямками, керівників окремих секторів; керівників проектів та програм, менеджери (управителі) у сфері культури, відпочинку та спорту; професіонал у сфері цифрового маркетингу, ефективності господарської діяльності в інформаційних технологіях, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.</p> <p>Випускники можуть працювати на посадах:</p> <p>1233- Директор з маркетингу 1475.4 - Менеджер (управитель) з маркетингу 1476.1 - Менеджер (управитель) з реклами 2419.1 - Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 3415 - Мерчендайзер</p>
Подальше навчання	<p>Можливе подальше продовження освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних праць, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет</p>
Оцінювання	<p>Усні та письмові іспити, заліки, захист звіту з практики, захист курсових робіт, державна атестація випускника</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі ІТ маркетингу, проводити практичну діяльність в електронній мережі, що передбачає застосування набутих навичок за фахом, а також практичне впровадження отриманих результатів (ІК)</p>

<p style="text-align: center;">Загальні компетентності</p>	<p>Системні знання сучасних методів проведення досліджень у галузі цифрового маркетингу та менеджменту і в суміжних областях (ЗК₁)</p> <p>Критичний аналіз, оцінювання і синтез нових інноваційних ідей (ЗК₂)</p> <p>Ініціювання оригінальних рішень маркетингових задач з цифрової економіки (ЗК₃)</p> <p>Лідерство та здатність як автономної так і командної роботи під час реалізації проектів у сфері ІТ (ЗК₄)</p> <p>Здатність поставити завдання та організувати наукові дослідження з визначення професійних, виробничих ризиків, загроз на робочих місцях в епоху ІТ (ЗК₅)</p>
<p style="text-align: center;">Фахові компетентності</p>	<p>Здатність застосування сучасних маркетингових цифрових заходів з урахуванням особливостей підприємства за видами економічної діяльності (ФК₁)</p> <p>Здатність користуватися стандартизованим програмним забезпеченням для постановки та вирішення задач управління, здійснювати моделювання економічних, фінансових та управлінських ситуацій та використанні цих моделей в практичній діяльності (ФК₂)</p> <p>Здатність вести науковий пошук щодо дослідження проблем міжкультурної комунікації, володіти методологічними прийомами комунікативної поведінки в різних сферах цифрового суспільного життя (ФК₃)</p> <p>Здатність формування індивідуального економічного світогляду на цифрову економіку та інноваційного економічного мислення (ФК₄)</p> <p>Здатність інтегрувати знання з інших дисциплін, застосовувати системний підхід та враховувати цифрові маркетингові аспекти при розв'язанні управлінських задач та проведенні досліджень (ФК₅)</p> <p>Здатність розробляти та реалізовувати проекти, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислювати наявні чи створювати нові знання у сфері цифрової економіки (ФК₆)</p> <p>Здатність аргументувати вибір методу розв'язування спеціалізованої задачі, критично оцінювати отримані результати та захищати прийняті рішення (ФК₇)</p> <p>Здатність формувати систему взаємовідносин між маркетинговими та іншими структурними підрозділами підприємства (ФК₈)</p> <p>Знання та можливості реалізовувати проекти та дослідження, спрямовані на покращення ефективності системи управління цифровою маркетинговою діяльністю (ФК₉)</p> <p>Здатність застосовувати принципи та методи раціональної організації, планування та контролю функціонування операційних систем різних видів (ФК₁₀)</p> <p>Здатність обґрунтувати управлінські рішення на основі кількісної та якісної оцінки економічного ризику у сфері ІТ (ФК₁₁)</p> <p>Здатність проводити аналіз ринкових параметрів, структури потреб і місткості цільових ринків, сегментування цільових аудиторій споживачів, позиціонування товарних брендів щодо конкурентів; прогнозувати рівні потенційного й платоспроможного попиту у сфері ІТ (ФК₁₂)</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	

Дослідницька	<p>Уміння готувати аналітичні матеріали для оцінки заходів щодо цифрової економічної політики та прийняття стратегічних рішень на мікро- та макrorівнях (ПРН Д₁)</p> <p>Вміння формувати інформаційну базу для функціонування системи маркетингу та обирати, вилучати та отримувати з неї інформацію для прийняття управлінських рішень (ПРН Д₂)</p> <p>Уміння здійснювати дослідницьку та інноваційну діяльність в галузі управління, адміністрування, аналізу, економіки, генерувати нові ідеї та доводити їх до практичної реалізації (ПРН Д₃)</p>
Проектувальна	<p>Здатність використовувати сучасні інформаційні технології при розробці та реалізації цифрових маркетингових стратегій (ПРН П₁)</p> <p>Здатність на основі аналізу ринкових тенденцій і змін макросередовища ініціювати розроблення інновацій (технології, продукція, організаційні зміни), здійснювати їх пошук та оцінювання ефективності впровадження (ПРН П₂)</p>
Організаційна	<p>Уміння формувати екологічну концепцію діджитал маркетингу, розробляти програму екологічного маркетингу організації за допомогою цифрових та інтерактивних технологій; формувати бюджет маркетингових ІТ програм; управляти маркетинговою діяльністю(ПРН О₁)</p> <p>Здатність самостійно приймати рішення щодо вибору методів дослідження сприйняття брэнда споживачами, обґрунтовувати стратегії позиціонування брэнду з метою використання їх переваг та виключення недоліків в цифровому середовищі(ПРН О₂)</p>
Управлінська	<p>Уміння розробляти стратегічні цілі організації в умовах конкуренції на основі системного аналізу з урахуванням її потенціалу та факторів зовнішнього середовища, обирати стратегію цифрового розвитку (ПРН У₁)</p> <p>Уміння розробляти поточні та оперативні плани діяльності організації та структурних підрозділів (ПРН У₂)</p> <p>Уміння застосовувати принципи корпоративної соціальної відповідальності в процесі управління підприємством (ПРН У₃)</p> <p>Уміння приймати управлінські рішення на основі аналізу та систематизації інформації, щодо планування на підприємстві (ПРН У₄)</p> <p>Уміння розробляти альтернативні стратегії розвитку організаційних систем, забезпечувати високий рівень збалансованості її складових елементів з урахуванням прийняттого рівня ризику (ПРН У₅)</p>
Прогностична	<p>Здійснювати прогнозування та сценарне бізнес-планування, використовуючи висновки з аналізу даних ринкової діяльності та конкурентного середовища компанії (ПРН ПР₁)</p> <p>Здатність на основі аналізу діяльності організації, проведених маркетингових досліджень прогнозувати перспективи діяльності та динаміку розвитку (ПРН ПР₂)</p>
Контрольна	<p>Здійснювати моніторинг інновацій, контролювати хід реалізації інноваційних проектів (упровадження продуктових, технологічних, організаційних, ринкових інновацій) (ПРН К₁)</p> <p>Здійснювати моніторинг інновацій, контролювати хід реалізації інноваційних проектів (упровадження продуктових, технологічних, організаційних, ринкових інновацій) (ПРН К₂)</p>

Технологічна	Здатність та готовність до врахування положень законодавчих та нормативно-правових актів з охорони праці при виконанні виробничих та управлінських функцій (ПРН Т ₁)
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: 1 доктор наук, 2 кандидата наук, доценти. Всі розробники є штатним співробітниками ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» Гарант освітньої програми: Гончар В.В. – д.е.н., професор. Усі науково – педагогічні працівники, задіяні до викладання дисциплін освітньої програми, мають наукові ступені. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.
Матеріально-технічне забезпечення	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів, соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> - офіційний сайт ПДТУ: http://pstu.edu; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - віртуальне навчальне середовище Moodle; - корпоративна пошта; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу; - навчально-методичні комплекси дисциплін; - навчальні та робочі програми дисциплін; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програма практики; - методичні вказівки щодо виконання курсової та магістерської роботи; - критерії оцінювання рівня підготовки; - пакети комплексних контрольних робіт.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Приазовським державним технічним університетом та вищими навчальними закладами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Приазовським державним технічним університетом та зарубіжними вищими навчальними закладами: Договір про співробітництво між Господарською академією ім. Д.А. Ценова м. Свіштов (Болгарія) та економічним факультетом ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (28.03.2013-02.03.2020, № 21-6/2013) Договір про співробітництво між Вищою школою економіки м. Вроцлав (Польща) та економічним факультетом ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (04.05.2017-05.05.2020, № 3-6/2018) Договір про співробітництво між Білоруським державним

	<p>технічним університетом та економічним факультетом ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (19.01.2011-безстроково, № 10-01/2011)</p> <p>Договір про співробітництво між Горійським державним навчальним університетом (Грузія) та економічним факультетом ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (08.01.2014-08.01.2019, № 13-1/2014)</p> <p>Договір про співробітництво між Молдавською економічною академією та економічним факультетом ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (25.02.2010- безстроково, № 7-19/2012)</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе після вивчення курсу української мови

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/ роботи, практики кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові навчальні дисципліни			
1. Дисципліни фундаментальної, природничо – наукової та загальноекономічної підготовки			
ОСГ1	Системи штучного інтелекту	4	Залік
ОСГ2	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
ОСГ3	Цифрові платіжні системи	3	Залік
ОСГ4	Охорона праці в галузі	3	Дифзалік
ОСГ5	Соціальна відповідальність	4	Екзамен
2. Дисципліни професійної та практичної підготовки			
ОПП1	Діджитал бізнес-моделі	4	Екзамен
ОПП2	Контент та діджитал аналітика	4	Екзамен
ОПП3	Інтернет маркетинг	4	Екзамен
ОПП4	SMM маркетинг	4	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		34	
Вибіркові навчальні дисципліни			
Блок 1			
1. Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки			
В1СГ1	Основи наукових досліджень	3	Залік
В1СГ2	Бренд-менеджмент	3	Залік
В1СГ3	Фінансовий менеджмент	4	Залік
1. Дисципліни професійної та практичної підготовки			
В1ПП1	Рекламний менеджмент	4	Залік
В1ПП2	Сучасні технології WEB-програмування	4	Залік
В1ПП3	Ризик менеджмент	4	Залік
В1ПП4	Маркетинг інновацій	4	Екзамен
Блок 2			
2. Дисципліни професійної та практичної підготовки			

V2ПП1	Аналітика великих даних	3	Залік
V2ПП2	Система електронної комерції	4	Залік
V2ПП3	Технології інформаційного менеджменту	4	Залік
V2ПП4	Проектування та адміністрування мережних комунікацій для Інтернет	4	Залік
Загальний обсяг вибіркового компонента		26	
3. Практична підготовка			
ПП1	Переддипломна практика	9	
ПП2	Магістерська випускна робота	21	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно – логічна схема ОП

Структурно-логічна схема вивчення дисциплін

1 курс 1 семестр	1 курс 2 семестр	2 курс 3 семестр
Обов'язкові навчальні дисципліни		
1. Дисципліни фундаментальної, природничо – наукової та загальноекономічної підготовки		
Цифрові платіжні системи (3 кред., залік)	Системи штучного інтелекту(4 кред., залік)	
	Стратегічний маркетинг (4 кред., екзамен)	
	Охорона праці в галузі (3 кред., дифзалік)	
	Соціальна відповідальність (4 кред., екзамен)	
2. Дисципліни професійної та практичної підготовки		
Діджитал бізнес-моделі (4 кред., екзамен)	SMM маркетинг (4 кред., екзамен)	
Контент та діджитал аналітика(4 кред., екзамен)		
Інтернет маркетинг (4 кред., екзамен)		
Вибіркові навчальні дисципліни		
Блок 1		
1. Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки		
Бренд-менеджмент (4 кред., залік)	Основи наукових досліджень (3 кред., залік)	
Фінансовий менеджмент (4 кред., залік)		
1. Дисципліни професійної та практичної підготовки		
Рекламний менеджмент (4 кред., залік)	Сучасні технології WEB-програмування (4 кред., залік)	
Маркетинг інновацій (4 кред., екзамен)	Ризик менеджмент (4 кред., залік)	
2. Дисципліни професійної та практичної підготовки		
Блок 2		
Система електронної комерції(4 кред., залік)	Аналітика великих даних(3 кред., залік)	
Проектування та адміністрування мережних комунікацій для Інтернет (4 кред., залік)	Технології інформаційного менеджменту (4 кред., залік)	
3. Практична підготовка		
		Переддипломна практика (9 кред. диф. залік)
		Магістерська випускна робота (21 кредит)

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «ІТ маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею диплому встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєння кваліфікації: Магістр з маркетингу за спеціалізацією ІТ маркетинг.

Випускна атестація здійснюється екзаменаційною комісією (ЕК) на підставі Положення про екзаменаційну комісію. Строки проведення випускної атестації визначаються навчальними планами.

Державній атестації передуює семестрова (проміжна) атестація студента за результатами виконання індивідуального плану у вигляді його здачі іспитів та захисту. Документами, що підтверджують проміжну атестацію студента, є довідка про складання іспитів і заліків, витяг із протоколу засідання кафедри та вченої ради економічного факультету тощо.

Вимоги до організації і проведення випускної атестації визначено у Положенні про випускну атестацію студентів ДВНЗ «ПДТУ».

Випускна атестація здобувачів вищої освіти проводиться у формі захисту магістерської роботи (МР). Форма проведення випускної атестації здобувачів вищої освіти визначається відповідним стандартом вищої освіти та навчальним планом.

Вимоги до змісту МР розробляє випускова кафедра з урахуванням вимог відповідного стандарту вищої освіти та рекомендацій, що викладені у Положенні про випускну атестацію студентів ДВНЗ «ПДТУ» (2015 р.).

До випускної атестації допускаються студенти, які успішно виконали всі вимоги навчального плану зі спеціальності відповідного РВО (не мають академічної заборгованості). Негативні рецензії або відгук керівника не є підставою для недопущення студента до захисту атестаційної роботи.

Захист атестаційних робіт та складання випускних екзаменів оцінюється відповідно до критеріїв оцінювання за 100-бальною шкалою з наступним переведенням балів до оцінок за національною шкалою. Рішення ЕК про оцінку результатів захисту атестаційних робіт (складання випускного екзамену в усній формі), а також про видачу студентам дипломів (дипломів з відзнакою) голова ЕК оголошує студентам у день захисту (складання екзамену).

Здобувач ступеня магістра має право на вибір керівника магістерської роботи.

До захисту допускаються магістерські роботи, виконані здобувачем ступеня магістра самостійно. Виявлення в поданій до захисту магістерської роботи академічного плагіату є підставою для відмови у присудженні відповідного освітнього ступеня.

Студент, який не захистив атестаційну роботу або не склав випускний екзамен, або не з'явився на захист (випускний екзамен) без поважних причин, відраховується з університету як такий, що не пройшов випускної атестації.

Студентам, які не захищали атестаційну роботу з поважної, документально підтвердженої причини, ректором може бути продовжений строк навчання до наступного терміну роботи екзаменаційної комісії, але не більше, ніж на один рік.

Якщо захист атестаційної роботи визнається незадовільним, ЕК встановлює, чи може студент представити до повторного захисту ту ж атестаційну роботу з відповідною доробкою, що визначає екзаменаційна комісія, або повинен розробити нову тему, яка пропонується випусковою кафедрою.

Звіт голови ЕК зі спеціальності обговорюється на засіданні випускової кафедри і вченої ради інституту/факультету.

Загальні підсумки роботи екзаменаційних комісій зі спеціальностей університету обговорюються на засіданні Вченої ради університету.

Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи визначаються діючими нормативними актами та законами, у галузі атестації кадрів вищої кваліфікації.
Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**3. Матриця відповідності програмних компетенцій
компонентам освітньої програми**

	КОМПОНЕНТА	Інтегральні та загальні компетентності (ЗК)					
		ІК ₁	ЗК ₁	ЗК ₂	ЗК ₃	ЗК ₄	ЗК ₅
1	Системи штучного інтелекту	+	+				
2	Стратегічний маркетинг	+			+		
3	Цифрові платіжні системи	+		+		+	
4	Охорона праці в галузі	+	+	+			+
5	Соціальна відповідальність	+				+	
6	Діджитал бізнес-моделі	+	+				+
7	Контент та діджитал аналітика	+		+	+		
8	Інтернет маркетинг	+	+			+	
9	SMM маркетинг	+	+				+
10	Рекламний менеджмент	+		+			
11	Сучасні технології WEB-програмування	+	+		+	+	
12	Ризик менеджмент	+		+			
13	Маркетинг інновацій	+		+			+
14	Аналітика великих даних	+	+				+
15	Система електронної комерції	+	+		+		
16	Технології інформаційного менеджменту	+	+	+		+	
17	Проектування та адміністрування мережних комунікацій для Інтернет	+			+	+	+
18	Основи наукових досліджень	+		+		+	
19	Бренд-менеджмент	+	+		+	+	
20	Фінансовий менеджмент	+	+		+		+

№	КОМПОНЕНТА	Фахові компетентності спеціальності (ФК)											
		ФК ₁	ФК ₂	ФК ₃	ФК ₄	ФК ₅	ФК ₆	ФК ₇	ФК ₈	ФК ₉	ФК ₁₀	ФК ₁₁	ФК ₁₂
1	Системи штучного інтелекту	+			+						+	+	
2	Стратегічний маркетинг			+			+		+	+	+		+
3	Цифрові платіжні системи		+		+		+						
4	Охорона праці в галузі	+				+		+		+		+	
5	Соціальна відповідальність		+		+		+		+				
6	Діджитал бізнес-моделі	+		+		+							+
7	Контент та діджитал аналітика		+				+			+		+	
8	Інтернет маркетинг			+		+		+	+				
9	SMM маркетинг		+		+					+		+	
10	Рекламний менеджмент	+		+				+					+
11	Сучасні технології WEB-програмування	+			+		+		+		+	+	
12	Ризик менеджмент		+	+		+		+					
13	Маркетинг інновацій	+			+				+				+
14	Аналітика великих даних			+				+		+	+	+	
15	Система електронної комерції	+				+			+				
16	Технології інформаційного менеджменту		+			+		+		+			+
17	Проектування та адміністрування мережних комунікацій для Інтернет	+			+				+			+	
18	Основи наукових досліджень	+		+		+		+		+		+	
19	Бренд-менеджмент	+	+		+		+	+		+	+		
20	Фінансовий менеджмент		+	+		+		+	+		+		+

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до навчального плану

Код та найменування спеціальності 075 Маркетинг

Рівень вищої освіти магістр

Спеціалізація _____ - _____

Освітня програма ІТ маркетинг

Форма навчання очна

Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання 1 р. 4 міс.

Навчальний план, затверджений Вченою радою _____

(дата та номер протоколу)

Відповідність вимогам стандарту вищої освіти (в разі наявності) _____ - _____

Відповідність вимогам професійного стандарту (в разі наявності) _____ - _____

Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання бакалавр

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач	Програмні результати навчання	Найменування навчальних дисциплін, практик
1	2	3
1. Обов'язкові навчальні дисципліни		
1. Дисципліни фундаментальної, природничо – наукової та загальноекономічної підготовки		
Здатність формування індивідуального економічного світогляду на цифрову економіку та інноваційного економічного мислення (ФК4)	Здійснювати моніторинг інновацій, контролювати хід реалізації інноваційних проєктів (упровадження продуктових, технологічних, організаційних, ринкових інновацій) (ПРН К1)	Системи штучного інтелекту
Системні знання сучасних методів проведення досліджень у галузі цифрового маркетингу та менеджменту і в суміжних областях (ЗК1)	Уміння готувати аналітичні матеріали для оцінки заходів щодо цифрової економічної політики та прийняття стратегічних рішень на мікро- та макрорівнях (ПРН Д1)	Стратегічний маркетинг
Здатність інтегрувати знання з інших дисциплін, застосовувати системний підхід та враховувати цифрові маркетингові аспекти при розв'язанні управлінських задач та проведенні досліджень (ФК5)	Уміння здійснювати дослідницьку та інноваційну діяльність в галузі управління, адміністрування, аналізу, економіки, генерувати нові ідеї та доводити їх до практичної реалізації (ПРН Д3)	Цифрові платіжні системи

Здатність поставити завдання та організувати наукові дослідження з визначення професійних, виробничих ризиків, загроз на робочих місцях в епоху ІТ (ЗК ₅)	Здатність та готовність до врахування положень законодавчих та нормативно-правових актів з охорони праці при виконанні виробничих та управлінських функцій (ПРН Т1)	Охорона праці в галузі
Здатність вести науковий пошук щодо дослідження проблем міжкультурної комунікації, володіти методологічними прийомами комунікативної поведінки в різних сферах цифрового суспільного життя (ФК ₃)	Уміння застосовувати принципи корпоративної соціальної відповідальності в процесі управління підприємством (ПРН У3)	Соціальна відповідальність
2. Дисципліни професійної та практичної підготовки		
Ініціювання оригінальних рішень маркетингових задач з цифрової економіки (ЗК ₃)	Здатність використовувати сучасні інформаційні технології при розробці та реалізації цифрових маркетингових стратегій (ПРН П ₁)	Діджитал бізнес-моделі
Знання та можливості реалізовувати проекти та дослідження, спрямовані на покращення ефективності системи управління маркетинговою діяльністю (ФК ₉)	Здатність на основі аналізу ринкових тенденцій і змін макросередовища ініціювати розроблення інновацій (технології, продукція, організаційні зміни), здійснювати їх пошук та оцінювання ефективності впровадження (ПРН П ₂)	Контент та діджитал аналітика
Лідерство та здатність як автономної так і командної роботи під час реалізації проектів у сфері ІТ (ЗК ₄)	Вміння формувати інформаційну базу для функціонування системи маркетингу та обирати, вилучати та отримувати з неї інформацію для прийняття управлінських рішень (ПРН Д ₂)	Інтернет маркетинг
Здатність розробляти та реалізовувати проекти, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислювати наявні чи створювати нові знання у сфері цифрової економіки (ФК ₆)	Здатність самостійно приймати рішення щодо вибору методів дослідження сприйняття бренду споживачами, обґрунтовувати стратегії позиціонування бренду з метою використання їх переваг та виключення недоліків в цифровому середовищі(ПРН О ₂)	SMM маркетинг
Здатність формувати систему взаємовідносин між маркетинговими та іншими структурними підрозділами підприємства (ФК ₉)	Здійснювати прогнозування та сценарне бізнес-планування, використовуючи висновки з аналізу даних ринкової діяльності та конкурентного середовища компанії (ПРН ПР1)	Рекламний менеджмент

1	2	3
Здатність користуватися стандартизованим програмним забезпеченням для постановки та вирішення задач управління, здійснювати моделювання економічних, фінансових та управлінських ситуацій та використанні цих моделей в практичній діяльності (ФК ₂)	Здатність використовувати сучасні інформаційні технології при розробці та реалізації цифрових маркетингових стратегій (ПРН П ₁). Вміння формувати інформаційну базу для функціонування системи маркетингу та обирати, вилучати та отримувати з неї інформацію для прийняття управлінських рішень (ПРН Д ₂).	Сучасні технології WEB-програмування
Вибіркові навчальні дисципліни		
1. Дисципліни професійної та практичної підготовки		
Здатність застосовувати принципи та методи раціональної організації, планування та контролю функціонування операційних систем різних видів (ФК ₁₀)	Уміння розробляти поточні та оперативні плани діяльності організації та структурних підрозділів (ПРН У ₂)	Основи наукових досліджень
Здатність формувати систему взаємовідносин між маркетинговими та іншими структурними підрозділами підприємства (ФК ₈)	Здатність на основі аналізу ринкових тенденцій і змін макросередовища ініціювати розроблення інновацій (технології, продукція, організаційні зміни), здійснювати їх пошук та оцінювання ефективності впровадження (ПРН П ₂)	Бренд менеджмент
Здатність користуватися стандартизованим програмним забезпеченням для постановки та вирішення задач управління, здійснювати моделювання економічних, фінансових та управлінських ситуацій та використанні цих моделей в практичній діяльності (ФК ₂)	Уміння приймати управлінські рішення на основі аналізу та систематизації інформації, щодо планування на підприємстві (ПРН У ₄) Здатність на основі аналізу діяльності організації, проведених маркетингових досліджень прогнозувати перспективи діяльності та динаміку розвитку (ПРН ПР ₂)	Фінансовий менеджмент
Здатність обґрунтувати управлінські рішення на основі кількісної та якісної оцінки економічного ризику у сфері ІТ (ФК ₁₁)	Уміння розробляти альтернативні стратегії розвитку організаційних систем, забезпечувати високий рівень збалансованості її складових елементів з урахуванням прийнятного рівня ризику (ПРН У ₅)	Ризик менеджмент
Здатність проводити аналіз ринкових параметрів, структури потреб і місткості цільових ринків, сегментування цільових аудиторій споживачів, позиціонування товарних	Здійснювати моніторинг інновацій, контролювати хід реалізації інноваційних проектів (упровадження продуктових, технологічних, організаційних, ринкових інновацій) (ПРН К ₂)	Товарна інноваційна політика

<p>брендів щодо конкурентів; прогнозувати рівні потенційного й платоспроможного попиту у сфері ІТ (ФК₁₂)</p>		
<p>Здатність застосовувати принципи та методи раціональної організації, планування та контролю функціонування операційних систем різних видів (ФК₁₀) Здатність проводити аналіз ринкових параметрів, структури потреб і місткості цільових ринків, сегментування цільових аудиторій споживачів, позиціонування товарних брендів щодо конкурентів; прогнозувати рівні потенційного й платоспроможного попиту у сфері ІТ (ФК₁₂)</p>	<p>Уміння розробляти стратегічні цілі організації в умовах конкуренції на основі системного аналізу з урахуванням її потенціалу та факторів зовнішнього середовища, обирати стратегію цифрового розвитку (ПРН У₁)</p>	<p>Управління конкурентоспро можністю</p>
<p>Здатність застосування сучасних маркетингових цифрових заходів з урахуванням особливостей підприємства за видами економічної діяльності (ФК₁)</p>	<p>Уміння формувати екологічну концепцію діджитал маркетингу, розробляти програму екологічного маркетингу організації; формувати бюджет маркетингів програм; управляти маркетинговою діяльністю(ПРН О₁)</p>	<p>Екологічний маркетинг</p>
<p>Критичний аналіз, оцінювання і синтез нових інноваційних ідей (ЗК₂)</p>	<p>Здатність на основі аналізу діяльності організації, проведених маркетингових досліджень прогнозувати перспективи діяльності та динаміку розвитку (ПРН ПР₂)</p>	<p>Маркетинг інтелектуальної продукції</p>
<p>Здатність аргументувати вибір методу розв'язування спеціалізованої задачі, критично оцінювати отримані результати захищати прийняті рішення (ФК₇)</p>	<p>Уміння приймати управлінські рішення на основі аналізу та систематизації інформації, щодо планування на підприємстві (ПРН У₄)</p>	<p>Логістичний менеджмент</p>

Гарант освітньої програми

із спеціальної (фахової) підготовки

В. В. Гончар