МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ» / «DIGITAL MARKETING»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр
спеціальність «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДТЕУ
Голова вченої ради
_____/Анатолій МАЗАРАКІ/
(протокол № __ від «___» _____ 20__ р.)

Освітня програма вводиться в дію з _____ 2023 р.
Ректор _____ / Анатолій МАЗАРАКІ /
(наказ № __ від «___» _____ 20__ р.)

Київ 20__

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Погоджено
Перший проректор
з науково-педагогічної роботи
ДТЕУ

_____Наталія ПРИТУЛЬСЬКА
_____ 20__ р.

Погоджено
Проректор
з наукової роботи
ДТЕУ

_____Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено
Начальник навчального відділу
ДТЕУ

_____ Сергій КАМІНСЬКИЙ
_____ 20__ р.

Погоджено
Начальник навчально-методичного
відділу ДТЕУ

_____ Тетяна БОЖКО
_____ 20__ р.

Погоджено
Декан факультету
торгівлі та маркетингу ДТЕУ

_____ Віктор ОСИКА
_____ 20__ р.

Погоджено
Завідувач кафедри маркетингу
ДТЕУ

_____ Олена БОНДАРЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено
Керівник групи забезпечення спеціальності
ДТЕУ

_____ Олена БОНДАРЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено
Гарант освітньої програми
ДТЕУ

_____ Тетяна ЯНКОВЕЦЬ
_____ 20__ р.

Погоджено
Директор
ТОВ «Інтернет Консалтинг Груп»

_____ Євген ШЕВЧЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено
Директор
ПП «Українська швейна компанія»

_____ Руслан ПАЛІЧЕВ
_____ 20__ р.

Погоджено
Експерт з досвіду ключових телеком
послуг ТОВ «лайфселл»
_____ Катерина БАКАЛО
_____ 20__ р.

Погоджено
Голова РСС факультету
торгівлі та маркетингу
_____ Діана ГОХБЕРГ
_____ 20__ р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Бондаренко Олена Сергіївна, завідувач кафедри маркетингу, д-р екон. наук, професор, керівник групи забезпечення спеціальності «Маркетинг».
2. Янковець Тетяна Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук, доцент, керівник робочої групи, гарант освітньої програми «Цифровий маркетинг».
3. Чуніхіна Тетяна Сергіївна, доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук., доцент.
4. Кармазінова Вікторія Дмитрівна, доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук.
5. Мошковський Михайло Русланович, студент 1-го курсу ступеня вищої освіти магістр спеціальності «Маркетинг», освітньої програми «Цифровий маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкголдерів:

1. Шевченко Євгеній Володимирович, директор ТОВ «Інтернет Консалтинг Груп».
2. Палічев Руслан Степанович, директор ПП «Українська швейна компанія».
3. Катерина Юріївна Бакало, експерт з досвіду ключових телеком послуг ТОВ «лайфселл».

1. Профіль освітньої програми «Цифровий маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет Факультет торгівлі та маркетингу Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Цифровий маркетинг»
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає СВО МОН України
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 р. 4 міс.
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України, Україна, Наказ №1565 МОН України від 19.12.2016 р. термін дії до 01 липня 2024 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	01 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка сучасних фахівців з інноваційним та креативним мисленням, здатних вирішувати управлінські стратегічні й тактичні завдання у сфері цифрового маркетингу. Маркетолог опановує соціально-економічні та інформаційно-технологічні процеси, пов'язані з маркетинговою діяльністю у цифровому середовищі, формує та удосконалює стратегії цифрового маркетингу з використанням цифрових технологій, каналів, методів, інструментів.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	*Об'єкт вивчення:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. *Цілі навчання:* підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. *Теоретичний зміст предметної області:* суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. *Методи, методики та технології:* загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології,

	необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. *Інструменти та обладнання:* сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, прикладна. Програма складається з дисциплін професійної та практичної підготовки.
Основний фокус освітньої програми	Формування системи професійних знань та практичних навичок щодо вміння здійснювати та управляти маркетинговою діяльністю підприємства у цифровому середовищі з застосуванням стратегічного підходу для вирішення управлінських завдань з метою підвищення ефективності цифрового маркетингу та бізнесу в цілому. Ключові слова: маркетинг, цифрові технології, цифрове середовище, цифровий маркетинг, стратегія цифрового маркетингу, інструментарій цифрового маркетингу, ефективність цифрового маркетингу та бізнесу.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері цифрового маркетингу; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють маркетингову діяльність з застосуванням цифрових технологій, каналів, методів, інструментів.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: 1233. Керівники підрозділів маркетингу: директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу. 1234. Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю: начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю). 131. Керівники малих підприємств без апарату управління: директор (керівник) малого підприємства. 1314. Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі: директор (керівник) малої торговельної фірми. 1475.3. Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки: менеджер (управитель) з маркетингу. 1475.4. Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління: менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджер (управитель) із збуту. 1476.1. Менеджери (управителі) з реклами: менеджер (управитель) з реклами. 2419.1. Наукові співробітники (маркетинг): молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг). 2419.2. Професіонали у сфері маркетингу, ефективності

	господарської діяльності): консультант з ефективності підприємництва; консультант з маркетингу; рекламіст; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.
Подальше навчання	Подальше навчання – здобуття третього рівня вищої освіти і отримання освітньо-наукового ступеня доктора філософії.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Проблемно-орієнтоване навчання з набуттям загальних та фахових компетентностей, достатніх для продукування інноваційних та креативних ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Оволодіння методологією наукової роботи, навичками презентації її результатів. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів. Студентоцентроване навчання, індивідуальна траєкторія навчання, самонавчання, лекції, у тому числі відкриті лекції фахівців-практиків, практичні заняття, ситуаційні завдання, дискусії, метод кейс-стаді, виконання проєктів у малих групах, підготовка кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Поточний контроль (тестування, есе, презентації, індивідуальні завдання, ситуаційні завдання), письмові екзамени, практична підготовка, публічний захист кваліфікаційної роботи. Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів у Державному торговельно-економічному університеті», «Положення про організацію освітнього процесу студентів».
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері *цифрового* 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.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

	СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. *СК10. Здатність щодо визначення маркетингової політики підприємства на основі інновацій у цифровому середовищі.* *СК11. Здатність обґрунтовувати стратегічні й тактичні управлінські рішення у сфері цифрового маркетингу.*
7 – Програмні результати навчання	
	Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного

	аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. *Р16. Використовувати маркетингові інструменти з застосуванням інновацій та цифрових технологій для досягнення цілей діяльності ринкового суб'єкта.* *Р17. Розробляти стратегію цифрового маркетингу та обґрунтовувати цифрові канали, методи, інструменти для її реалізації.*
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Випусковою та відповідальною за підготовку магістрів, які навчаються за освітньою програмою «Цифровий маркетинг», є кафедра маркетингу ДТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладів освіти. 100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені за спеціальністю і відзначаються високим рівнем професійної підготовки. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метри на одну особу. 40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням. Інфраструктура ДТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку. У ДТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності. Є доступ до баз даних періодичних наукових видань

	англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти). Є офіційний веб-сайт ДТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://knute.edu.ua/. У Відділі супроводу дистанційного навчання ДТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://ldn.knute.edu.ua/.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність здійснюється відповідно до укладених договорів про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечується на основі договорів про міжнародну академічну мобільність.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно з правилами прийому до ДТЕУ

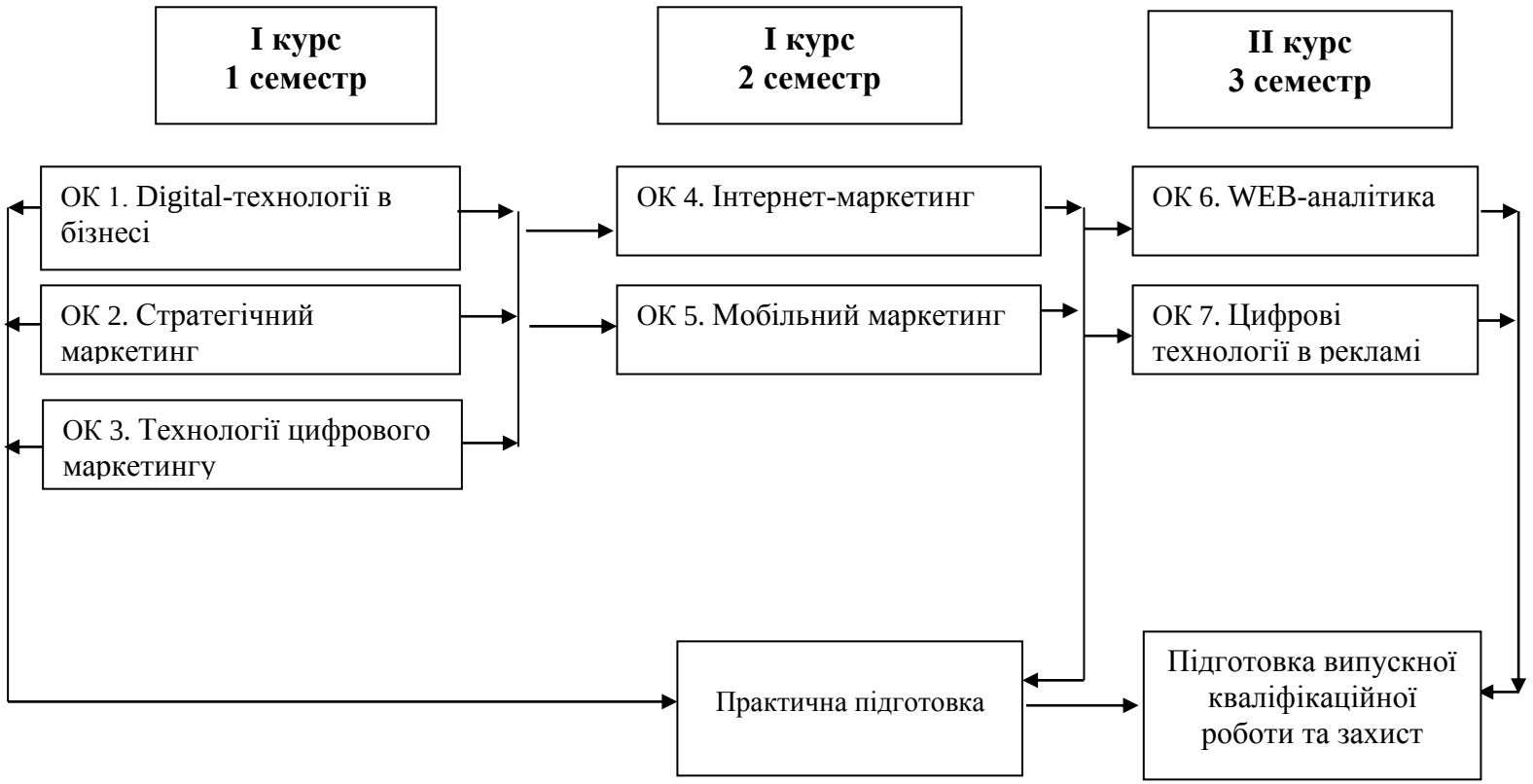
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти		
ОК 1	Digital-технології в бізнесі	6
ОК 2	Стратегічний маркетинг	6
ОК 3	Технології цифрового маркетингу	6
ОК 4	Інтернет-маркетинг	7,5
ОК 5	Мобільний маркетинг	7,5
ОК 6	WEB-аналітика	6
ОК 7	Цифрові технології в рекламі	6
Загальний обсяг обов'язкових компонент		**45**
Вибіркові компоненти		
ВК 1	Audio&Video Production	6
ВК 2	Безпека життєдіяльності	6
ВК 3	Бізнес-інжиніринг	6
ВК 4	Бренд-менеджмент	6
ВК 5	Інформаційні війни	6
ВК 6	Комерційне право	6
ВК 7	Консюмерське право	6
ВК 8	Корпоративні зв'язки з громадськістю	6
ВК 9	Маркетинговий аналіз	6
ВК 10	Маркетингові інформаційні системи	6
ВК 11	Медіадизайн	6
ВК 12	Основи кібербезпеки	6
ВК 13	Ризики в маркетингу	6
ВК 14	Управління змінами	6
ВК 15	Управління лояльністю споживачів	6
Загальний обсяг вибіркових компонент		**24**
Практична підготовка		
	Практична підготовка	**9**
Атестація		
	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист	**12**
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**90**

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту випускної кваліфікаційної роботи.

Випускна кваліфікаційна робота має передбачити розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Випускна кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Випускна кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення випускної кваліфікаційної роботи, що містить інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти / Компетентності	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
ЗК 1	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 2	+	+	+	+	+		+
ЗК 3		+	+				
ЗК 4	+	+		+			
ЗК 5	+			+	+		
ЗК 6	+	+	+	+	+	+	
ЗК 7	+		+				
ЗК 8	+	+	+	+	+	+	
СК 1	+		+	+	+	+	+
СК 2	+	+	+	+	+	+	+
СК 3	+	+	+	+	+	+	
СК 4		+	+	+	+	+	+
СК 5	+	+	+	+	+	+	
СК 6	+	+	+	+	+	+	+
СК 7	+	+	+	+	+	+	
СК 8	+	+	+	+	+	+	+
СК 9			+	+	+		+
СК 10	+	+		+			+
СК 11		+	+	+	+	+	+

4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей вибірковим компонентам освітньої програми

Компоненти / Компетентності	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК10	ВК11	ВК12	ВК13	ВК14	ВК15
ЗК 1			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
ЗК 3				+									+		+
ЗК 4			+	+										+	+
ЗК 5	+	+	+	+	+	+	+	+			+			+	+
ЗК 6		+	+		+			+	+	+		+	+	+	
ЗК 7								+					+		
ЗК 8		+	+	+	+			+	+			+	+	+	+
СК 1			+	+	+			+	+	+	+		+	+	+
СК 2		+	+	+	+			+	+	+	+	+		+	+
СК 3		+	+		+			+	+	+		+	+	+	
СК 4	+	+			+	+	+	+			+		+	+	+
СК 5		+	+	+	+			+	+	+		+	+	+	+
СК 6			+	+		+	+	+	+				+	+	+
СК 7		+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	
СК 8			+	+		+	+	+	+			+	+	+	+
СК 9				+	+				+	+	+			+	
СК 10			+	+						+		+	+	+	
СК 11				+											+

5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
Р 1			+				+
Р 2	+			+	+		+
Р 3		+			+	+	
Р 4	+	+					
Р 5			+			+	
Р 6	+			+			
Р 7		+	+				
Р 8					+		
Р 9				+	+	+	+
Р 10	+	+	+				
Р 11		+	+				
Р 12	+	+					
Р 13		+	+				
Р 14	+			+			
Р 15	+	+	+	+	+	+	
Р 16	+	+		+			+
Р17		+	+	+	+	+	+

5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибірковими компонентами освітньої програми

Компоненти / Програмні результати навчання	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК10	ВК11	ВК12	ВК13	ВК14	ВК15
Р 1				+	+				+						
Р 2				+	+					+	+			+	
Р 3									+				+		
Р 4														+	
Р 5		+			+			+				+			
Р 6			+	+				+						+	+
Р 7													+		+
Р 8	+	+			+	+	+	+			+			+	
Р 9													+		
Р 10			+	+		+	+								+
Р 11			+						+						
Р 12									+			+		+	
Р 13				+									+		
Р 14			+	+				+							+
Р 15		+	+		+			+	+	+		+		+	
Р 16			+	+				+		+		+	+	+	
Р17				+											+

Аркуш реєстрації змін

№ пор.	Дата	Пункти, до яких вносяться зміни	Ініціатор зміни	Прізвище, ініціали особи, що відповідає за внесення змін	Підпис