



APPROVED  
by the Academic Council  
of Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute  
(minutes of meeting № 5 of 13.05 2024)  
Chairman of the Academic Council  
Mykhailo ILCHENKO



## ПРОМИСЛОВИЙ МАРКЕТИНГ INDUSTRIAL MARKETING

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА / PROFESSIONAL EDUCATIONAL PROGRAMME  
ЄДЕБО ID: 4859

Другий (магістерський) рівень вищої освіти  
Спеціальність: 75 Маркетинг  
Галузь знань: 07 - Управління та адміністрування  
Кваліфікація: магістр маркетингу

Second (master) level of higher education  
Speciality: 75 Marketing  
Knowledge branch: 07 - Management and  
administration  
Qualification: Master of Marketing

Введено в дію з 2024/2025 н.р.  
наказом ректора № \_\_\_\_\_ від 10.06 2024 р.

НОД/434/24

Enacted since 2024/2025 academic year  
by rector's order No. \_\_\_\_\_ of 10.06 2024

НОД/434/24



Київ/Kyiv  
2024

**ПРЕАМБУЛА/PREAMBLE****РОЗРОБЛЕНО/ELABORATED:**

РОЗРОБЛЕНО проектною групою:

*Керівник проектної групи*

Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу, гарант ОПП "Промисловий маркетинг" другого (магістерського) рівня освіти

*Члени проектної групи:*

Лилик Ірина Вікторівна, президент ГО «Українська асоціація маркетингу»

Солнцев Сергій Олексійович, доктор фізико-математичних наук, професор, завідувач кафедри промислового маркетингу

Шульгіна Людмила Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу

Жигалкевич Жанна Михайлівна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу

Царьова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу

Подольян Олександр Олегович, здобувач

DEVELOPED by the project team:

Head of the project group

Zozulov Oleksandr Viktorovych, candidate of economic sciences, professor, professor of the department of industrial marketing, guarantor of the OPP "Industrial Marketing" of the second (master's) level of education

Members of the project team:

Lylyk Iryna Viktorivna, president of the NGO "Ukrainian Marketing Association"

Solntsev Sergii Oleksiyovych, Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor, Head of the Department of Industrial Marketing

Shulhina Liudmyla Mykhailivna, doctor of economic sciences, professor, professor of the department of industrial marketing

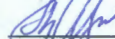
Zhygalkevych Zhanna Mykhailivna, doctor of economic sciences, professor, professor of the department of industrial marketing

Tsarova Tetiana Oleksandrivna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing

Podolian Oleksandr Olehovych, acquirer

**ПОГОДЖЕНО/AGREED:**

Науково-методична комісія Університету зі спеціальності 075 «Маркетинг»/Scientific and methodological commission of the University on specialty 075 "Marketing"

Голова НМКУ/Head of SMCU  Людмила ШУЛЬГІНА/ Liudmyla SHULHINA

Протокол №/Protocol No. 6/24 від/of «30» 04 2024 р./year

Методична рада КПІ ім. Ігоря Сікорського/Methodical Council of KPI named after Igor Sikorsky

Заступник голови Методичної ради/Deputy Chairman of the Methodological Council   
Анатолій МЕЛЬНИЧЕНКО/ Anatolii MELNYCHENKO

(протокол №/protocol No 7 від/of «09» 05 2024 р./year).

**ВРАХОВАНО/CONSIDERED:**

1. Чинний стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістрського) рівня вищої освіти (Наказ МОН № 960 від 10.07.2019).
2. Обговорення пропозицій від роботодавців та студентів на засіданнях НМКУ 075 (протоколи №№ 5/24 від 24.04.2024, 6/24 від 30.04.2024).
3. Обговорення результатів внутрішнього самоаналізу, пропозицій від роботодавців та студентів на засіданнях кафедри (протоколи №№ 3 від 18.10.2023, 19 від 26.04.2024).
4. Положення про розроблення, затвердження, моніторинг та перегляд освітніх програм в КПІ ім. Ігоря Сікорського (<https://osvita.kpi.ua/node/137>)
5. Наказ НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» ([https://document.kpi.ua/2024\\_HOD-263](https://document.kpi.ua/2024_HOD-263)).

Рецензії-відгуки стейкхолдерів додаються:

Андрій Федорченко

Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Голова підкомісії зі спеціальності 075 Маркетинг Науково-методичної комісії № 5 з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Олена Кубишина

ТОВ «Єврокар»

Директор департаменту маркетингу та реклами

Бакало Катерина

ТОВ «ЛАЙФСЕЛЛ»

Експерт департаменту підвищення лояльності, к.е.н.

Dr.Sergiy Spivakovskyy

Higher Colleges of Technologies, UAE

Assistant Professor of Business Department

1. The current standard of higher education in specialty 075 "Marketing" for the second (master's) level of higher education (Order of the Ministry of Education and Culture No. 960 dated 07.10.2019).
2. Discussion of proposals from employers and students at meetings of NMCU 075 (minutes No. 5/24 dated 04/24/2024, 6/24 dated 04/30/2024).
3. Discussion of the results of internal self-analysis, proposals from employers and students at department meetings (minutes No. 3 dated 18.10.2023, 19 dated 26.04.2024).
4. Regulations on the development, approval, monitoring and revision of educational programs at KPI named after Igor Sikorskyi (<https://osvita.kpi.ua/node/137>)
5. Order NOD/263/2024 dated April 8, 2024 "On the organization and planning of the educational process for the 2024-2025 academic year" ([https://document.kpi.ua/2024\\_HOD-263](https://document.kpi.ua/2024_HOD-263)).

Stakeholder reviews are attached:

Andriy Fedorchenko

State higher educational institution "Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman"

Chairman of the subcommittee on specialty 075 Marketing of the Scientific and Methodological Commission No. 5 on Business, Management and Law of the Higher Education Sector of the Scientific and Methodological Council of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Marketing named after A.F. Pavlenka of the State Higher Educational Institution "Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman"

Olena Kubyshina

"Eurocar" LLC

Director of the Marketing and Advertising Department

Bakalo Kateryna

LLC "LIFECCELL"

Expert of the Loyalty Enhancement Department, Candidate of Economic Sciences

Dr. Sergiy Spivakovskyy

Higher Colleges of Technologies, UAE

Assistant Professor of Business Department

### **Еволюція ОП/Evolution of the EP**

Еволюція освітньої програми "Промисловий маркетинг" порівняно із попередньою версією, введеною в дію від 15.02.2022 року, включає в себе нижчеподані зміни.

1. Розширено склад освітніх компонент, до яких додано ОК "Перфоманс маркетинг" через нагальну необхідність посилити здатність до діагностування, маркетингового аналізу та посилення ефективності стратегічного та операційного управління маркетинговою діяльністю.
2. ОК "Діджитал стратегії підприємства" перенесено в цикл загальної підготовки із метою посилення загальних управлінських навичок із урахуванням кросфункціонального характеру маркетингової діяльності.
3. Відповідно до Наказу НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» було збільшено обсяг ОК "Виконання магістерської дисертації" з 12 до 14 кредитів, а також збільшено обсяг ОК циклу професійної підготовки, щоб уникнути дробових значень кредитів та вийти на рекомендований рівень кредитів для екзаменаційних та залікових ОК.
4. Дисципліну "Маркетинг інновацій на промисловому ринку" перенесено до першого

семестру, вона викладатиметься без поділу на кредитні модулі, що дозволило посилити її цілісність та збільшити обсяг аудиторних годин на проведення лекційних занять.

6. Вибіркова частина відповідно до Наказу НОД/263/2024 від 08.04.2024 «Про організацію та планування освітнього процесу на 2024-2025 навчальний рік» проведена через уніфікацію в межах всього університету, що в подальшому дозволить здобувачам обирати не тільки в межах факультетського каталогу, але й каталогів інших факультетів та інших рівнів навчання (бакалаврський). Поділ вибіркової частини на складову із формою контролю "екзамен" та формою контролю "залік" уможливило реалізацію загальноуніверситетського графіку навчання, коли на сесійний період відводиться два тижні для двох-трьох екзаменів. У попередній версії, за умови дотримки формату вибірових дисциплін у вигляді заліків, в межах нормативної частини можна було поставити тільки один екзамен, що порушувало графік освітнього процесу, оскільки зменшувало сесійний період до одного тижня, і збільшувало період навчання до 19 тижнів.

Також відбулись зміни і у частині реалізації загальних та фахових компетенцій окремими освітніми компонентами.

- 1) ОК "Практичний курс іноземної мови для ділової комунікації" доповнено ПРН 05.
  - 2) ОК "Розробка стартап проектів" - вилучено ФК 06 та ПРН 04.
  - 3) ОК "Стратегічний маркетинг" - прибрано ЗК 02, ФК 06, ФК 08, ФК 10, ПРН 05, ПРН 08, ПРН 14, ПРН 17.
  - 4) ОК "Стратегічний маркетинг. Курсова робота" - прибрано ЗК 02, ФК 06, ФК 08, ФК 10, ПРН 07, ПРН 08, ПРН 14.
  - 5) ОК "Перфоманс маркетинг" (нова) - призначено ЗК 03, ЗК 06, ФК 05, ФК 08, ПРН 06, ПРН 09, ПРН 10, ПРН 11, ПРН 12, ПРН 15.
  - 6) ОК "Виконання магістерської дисертації" - прибрано ЗК 05, ЗК 07, ЗК 08, ЗК 10, ФК 10, ПРН 08, ПРН 17.
- Означені зміни зроблено, щоб розвантажити окремі ОК.

The evolution of the "Industrial Marketing" educational program compared to the previous version, put into effect on February 15, 2022, includes the following changes.

1. The composition of educational components has been expanded, to which the ОК "Performance Marketing" has been added due to the urgent need to strengthen the ability to diagnose, market analysis and increase the effectiveness of strategic and operational management of marketing activities.
2. ОК "Digital strategy of the enterprise" was transferred to the cycle of general training with the aim of strengthening general management skills, taking into account the cross-functional nature of marketing activities.
3. In accordance with the Order NOD/263/2024 dated 08.04.2024 "On the organization and planning of the educational process for the 2024-2025 academic year", the amount of the "Execution of a master's dissertation" credit was increased from 12 to 14 credits, and the amount of credit for the cycle of professional preparation in order to avoid fractional values of credits and reach the recommended level of credits for examination and credit OCs.
4. The discipline "Marketing of innovations on the industrial market" has been moved to the first semester, it will be taught without dividing it into credit modules, which made it possible to strengthen its integrity and increase the amount of classroom hours for conducting lectures.
6. The selective part in accordance with the Order NOD/263/2024 dated 04/08/2024 "On the organization and planning of the educational process for the 2024-2025 academic year" was


conducted through unification within the entire university, which in the future will allow applicants to choose not only within the faculty catalog , but also catalogs of other faculties and other levels of education (undergraduate). The division of the selective part into a component with the form of control "exam" and the form of control "credit" made it possible to implement the university-wide study schedule, when two weeks are allotted for two or three exams per session. In the previous version, provided that the format of optional subjects in the form of credits was followed, only one exam could be taken within the normative part, which violated the schedule of the educational process, as it reduced the session period to one week, and increased the study period to 19 weeks.

There have also been changes in the implementation of general and professional competencies by individual educational components.

- 1) OK "Practical course of a foreign language for business communication" supplemented by PRN 05.
- 2) OK "Development of startup projects" - FC 06 and PRN 04 were removed.
- 3) OK "Strategic Marketing" - removed ZK 02, FC 06, FC 08, FC 10, PRN 05, PRN 08, PRN 14, PRN 17.
- 4) OK "Strategic marketing. Course work" - removed ZK 02, FC 06, FC 08, FC 10, PRN 07, PRN 08, PRN 14.
- 5) OK "Performance Marketing" (new) - ZK 03, ZK 06, FC 05, FC 08, PRN 06, PRN 09, PRN 10, PRN 11, PRN 12, PRN 15 are appointed.
- 6) OK "Performance of a master's thesis" - removed ZK 05, ZK 07, ZK 08, ZK 10, FC 10, PRN 08, PRN 17.

The indicated changes are made to offload individual OKs.

## 1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/ EDUCATIONAL PROGRAMME PROFILE

<b>1 - Загальна інформація/General information</b>		
Повна назва ЗВО та навчального підрозділу/Full name of Higher education institution and faculty/institute	Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Факультет менеджменту та маркетингу	National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Faculty of Management and Marketing
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації/Higher education degree and qualification title	Ступінь магістра магістр маркетингу	Master Degree Master of Marketing
Офіційна назва ОП/Educational programme official title	Промисловий маркетинг	Industrial Marketing
Тип диплому та обсяг ОП/Diploma type and EP scope	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці	Master diploma, 90 credits ECTS, training period 1 year 4 month
Наявність акредитації/Prior accreditation	Акредитовано НАЗЯВО, сертифікат 5491 від 2023-07-07 дійсний до 2026-07-01	Accredited by NAQA, certificate No 5491 from 2023-07-07 valid to 2026-07-01
Цикл, рівень ВО/Education cycle, level of HE	НПК України – 7 рівень QF-EHEA – другий цикл EQF-LLL – 7 рівень	NQF of Ukraine - 7 level QF-EHEA – 2 cycle EQF-LLL – 7 level
Передумови/Prerequisites	Наявність ступеня бакалавра	Bachelor Degree
Форми здобуття освіти/ Forms of Education	Очна (денна); Заоч.;	full-time; part-time;
Мова(и) викладання/Language (s) of instruction	Українська	Ukrainian
Інтернет-адреса розміщення ОП /URL of the educational program	<a href="https://osvita.kpi.ua/075_OPP_M_PM">https://osvita.kpi.ua/075_OPP_M_PM</a>	
<b>2 - Мета освітньої програми/Educational programme purpose</b>		
Підготовка фахівців, здатних розв'язувати складні спеціалізовані завдання в сфері маркетингової діяльності, здійснювати і забезпечувати міжкультурну фахову взаємодію представників наукової спільноти, спрямовану на інтеграцію університетської освіти в європейський освітньо-науковий простір шляхом інтернаціоналізації освітнього процесу в умовах сталого інноваційного науково-технічного розвитку суспільства та формування високої адаптивності здобувачів вищої освіти в умовах трансформації ринку праці через взаємодію з роботодавцями та іншими стейкхолдерами.	Training of specialists capable of solving complex specialized tasks in the field of marketing activities, to implement and ensure intercultural professional interaction representatives of the scientific community aimed at the integration of university education in the European educational and scientific space through the internationalization of the educational process in conditions of sustainable innovative scientific and technical development of society and formation of high adaptability of students of higher education in the conditions of transformation of the labor market through interaction with employers and other stakeholders.	

<b>3 - Характеристика освітньої програми/ Educational programme characteristics</b>	
<b>Предметна область/Subject area</b>	
<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> 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><i>Теоретичний зміст</i> 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><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>	<p><i>Object of study:</i> marketing activity as a form of interaction of subjects of market relations to satisfy their economic and social interests.</p> <p><i>Training goals:</i> training of specialists who possess modern economic thinking and the relevant competencies necessary for solving problems and solving complex tasks of marketing activities, which involve conducting research and/or implementing innovations and are characterized by the uncertainty of conditions and requirements.</p> <p><i>Theoretical content of the subject area:</i> the essence of marketing as a modern concept of business management; conceptual and categorical apparatus, principles, functions, concepts of marketing and their historical prerequisites; the specifics of the activities of market entities in different areas and on different types of markets; content of marketing activities, development of marketing strategies and formation of management decisions in the field of marketing.</p> <p><i>Methods, techniques and technologies:</i> general scientific and special methods, professional methods and technologies necessary to ensure effective marketing activities.</p> <p><i>Tools and equipment:</i> modern universal and specialized information systems and software products necessary for making and implementing marketing management decisions.</p>
<b>Орієнтація ОП/Aspect</b>	
Освітньо-професійна	Educational and professional
<b>Основний фокус ОП/Main focus</b>	
<p>Управління маркетинговою діяльністю господарюючих суб'єктів, що працюють на промисловому ринку.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, промисловий маркетинг, промисловий ринок, управління системою маркетингу промислово-виробничого підприємства, товарна інноваційні політика промислового підприємства, стратегічний маркетинг</p>	<p>Management of marketing activities of business entities operating in the industrial market.</p> <p>Keywords: marketing, industrial marketing, industrial market, management of the marketing system of an industrial-production enterprise, product innovation policy of an industrial enterprise, strategic marketing</p>
<b>Особливості ОП/Features</b>	



<p>Унікальність ОП «Промисловий маркетинг» полягає у тому, що вона:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>орієнтована на підготовку фахівців, що володіють знаннями з управління маркетинговою діяльністю підприємств, що працюють на промисловому ринку;</li> <li>побудована на унікальних теоретико-методичних та науковопрактичних розробках колективу кафедри, що з 1992 року займається саме проблемами промислового маркетингу, досвіді співпраці з підприємствами та науковими установами, у т.ч. НАН України, пов'язаними з виробничою та науково-технічною діяльністю; співпраці з технічними інститутами, факультетами університету, його інноваційними підрозділами;</li> <li>кафедра промислового маркетингу була першою в Україні та донедавна єдиною кафедрою маркетингу, яка спеціалізується саме на промисловому маркетингу;</li> <li>програма має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються по конкретним підприємствам;</li> <li>викладачі використовують власні наукові розробки, авторські методики, сучасні освітні технології.</li> </ol>	<p>The uniqueness of OP "Industrial Marketing" is that it:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>focused on the training of specialists who have knowledge of managing the marketing activities of enterprises operating in the industrial market;</li> <li>built on the unique theoretical-methodical and scientific-practical developments of the staff of the department, which since 1992 has been dealing with the problems of industrial marketing, the experience of cooperation with enterprises and scientific institutions, including NAS of Ukraine, related to production and scientific and technical activities; cooperation with technical institutes, faculties of the university, its innovative divisions;</li> <li>the department of industrial marketing was the first in Ukraine and until recently the only department of marketing that specializes in industrial marketing;</li> <li>the program has a high practical orientation: individual works of students are performed at specific enterprises;</li> <li>teachers use their own scientific developments, author's methods, modern educational technologies.</li> </ol>
<b>4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання/ Eligibility of graduates for employment and further study</b>	
<b>Придатність до працевлаштування/Eligibility for employment</b>	
<p>Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010, у чинній редакції, випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням:</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу (1233 Директор з маркетингу, 1233 Начальник відділу збуту (маркетингу) тощо.)</p> <p>1475 Менеджер (управитель) з маркетингу</p>	<p>According to the State Classifier of Professions DK 003:2010, in the current version, graduates can work in positions corresponding to the classification groups:</p> <p>1233 Heads of marketing departments (1233 Director of Marketing, 1233 Head of the Sales (Marketing) Department, etc.)</p> <p>1475 Marketing manager</p>
<b>Подальше навчання/Further study</b>	
<p>Можливість продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Можуть набувати додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>	<p>The opportunity to continue education at the third (educational and scientific) level of higher education. They can acquire additional qualifications in the postgraduate education system.</p>

**5 - Викладання та оцінювання/Teaching and assessment****Викладання та навчання/Teaching and studying**

Загальний стиль навчання - проблемно-орієнтований. Викладання проводиться у формі лекцій, практичних та семінарських занять, виконання індивідуальних семестрових завдань, консультування, реалізації інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та дискусій на задану тематику. Використовуються курсові роботи, окремі елементи змішаного навчання, застосування інформаційно-комунікаційних технологій (матеріал може надаватись онлайн, дистанційно), переддипломна практика, участь у бізнес-семінарах, участь у наукових конференціях, написання статей та тез за результатами дисертаційного дослідження, виконання магістерської дисертації.

The general learning style is problem-oriented. Teaching is conducted in the form of lectures, practical and seminar classes, implementation of individual semester tasks, counseling, implementation of interactive learning in the form of case tasks and discussions on a given topic. Coursework, separate elements of blended learning, application of information and communication technologies (the material can be provided online, remotely), pre-diploma practice, participation in business seminars, participation in scientific conferences, writing articles and theses based on the results of dissertation research, execution of a master's thesis are used.

**Оцінювання/Assessment**

Всі види навчальної діяльності та контрольні заходи (усні та письмові заліки, екзамени, модульні контрольні роботи, тестування та опитування, індивідуальні семестрові завдання, окреме оцінювання курсових робіт, захист магістерської дисертації) оцінюються відповідно до рейтингової системи за стобальною шкалою з подальшим переведенням в оцінки університетської шкали. Також проміжною формою контролю є календарна атестація.

All types of educational activities and control measures (oral and written assessments, exams, modular control works, testing and surveys, individual semester tasks, separate evaluation of coursework, defense of a master's thesis) are evaluated according to the rating system on a one-to-one scale with subsequent transfer to university grades scales Calendar certification is also an intermediate form of control.

<b>6 - Програмні компетентності/Programme competencies</b>		
<b>Інтегральна компетентність/Integral competence</b>		
	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері промислового маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.	The ability to solve complex tasks and problems in the field of industrial marketing in professional activities or in the learning process, which involves conducting research and/or implementing innovations and is characterized by the uncertainty of conditions and requirements.
<b>Загальні компетентності (ЗК)/General competencies</b>		
ЗК 01	Здатність приймати обґрунтовані рішення	Ability to make informed decisions
ЗК 02	Здатність генерувати нові ідеї (креативність) та знання	Ability to generate new ideas (creativity) and knowledge
ЗК 03	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт	The ability to evaluate and ensure the quality of the work performed
ЗК 04	Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях	Ability to adapt and act in new situations
ЗК 05	Здатність до міжособистісної взаємодії	Ability to interpersonal interaction
ЗК 06	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	Ability to search, process and analyze information from various sources
ЗК 07	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість	Ability to show initiative and entrepreneurship
ЗК 08	Здатність розробляти проекти та управляти ними	Ability to develop and manage projects
ЗК 09	Здатність проваджувати результати наукових досліджень в економіці в маркетингову діяльність	The ability to apply the results of scientific research in economics to marketing activities
ЗК 10	Здатність до провадження професійної діяльності в контексті сталого розвитку	Ability to carry out professional activities in the context of sustainable development
<b>Фахові компетентності (ФК)/Professional competencies</b>		
ФК 01	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу	The ability to logically and consistently reproduce and apply knowledge of the latest theories, methods and practical techniques of marketing
ФК 02	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування	The ability to correctly interpret the results of the latest theoretical research in the field of marketing and the practice of their application
ФК 03	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу на промисловому та споріднених ринках	Ability to conduct independent research and interpret their results in the field of marketing in industrial and related markets
ФК 04	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом	The ability to apply a creative approach to work by profession
ФК 05	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування на промисловому та споріднених ринках	Ability to diagnose the marketing activity of a market entity, carry out marketing analysis and forecasting in industrial and related markets
ФК 06	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі на промисловому та споріднених ринках	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 in industrial and related markets

ФК 07	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків в реальному та цифровому середовищі	The ability to develop and analyze the marketing strategy of a market entity and ways of its implementation, taking into account cross-functional relationships in the real and digital environment
ФК 08	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування на промисловому та споріднених ринках	The ability to form a marketing system of a market entity and evaluate the effectiveness and efficiency of its functioning in industrial and related markets
ФК 09	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу	The ability to carry out theoretical and applied research in the field of marketing at an appropriate level
ФК 10	Здатність визначати специфіку промислового ринку та поведінку споживачів на ньому	The ability to determine the specifics of the industrial market and the behavior of consumers on it
ФК 11	Здатність планувати та проваджувати інноваційну діяльність підприємства, що працює на промисловому ринку	The ability to plan and carry out innovative activities of an enterprise operating in the industrial market

<b>7 - Програмні результати навчання (ПРН)/ Programme learning outcomes</b>		
ПРН 01	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу з урахуванням кросфункціонального середовища	Know and be able to apply modern principles, theories, methods and practical techniques of marketing in practical activities, taking into account a cross-functional environment
ПРН 02	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта в контексті сталого розвитку	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 entity in the context of sustainable development
ПРН 03	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності на промисловому та споріднених ринках	Plan and carry out own research in the field of marketing, analyze its results and justify the adoption of effective marketing decisions in conditions of uncertainty in industrial and related markets
ПРН 04	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації на промисловому та споріднених ринках	To be able to develop the strategy and tactics of marketing activity taking into account the cross-functional nature of its implementation in industrial and related markets
ПРН 05	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами	Present and discuss the results of scientific and applied research, marketing projects in national and foreign languages
ПРН 06	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними	To be able to increase the effectiveness of the marketing activity of a market entity at different levels of management, to develop and manage projects in the field of marketing
ПРН 07	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта	To be able to form and improve the marketing system of a market entity
ПРН 08	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу	Use methods of interpersonal communication in the course of solving collective problems, conducting negotiations, scientific discussions in the field of marketing
ПРН 09	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень	Understand the essence and features of using marketing tools in the process of making marketing decisions
ПРН 10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів	Justify marketing decisions at the level of a market entity using modern management principles, approaches, methods, techniques
ПРН 11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на промисловому та споріднених ринках	Use the methods of marketing strategic analysis and interpret its results in order to improve the marketing activity of a market entity in industrial and related markets
ПРН 12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм на промисловому та споріднених ринках з урахуванням засад сталого розвитку	Carry out diagnostics and strategic and operational management of marketing for the development and implementation of marketing strategies, projects and programs in industrial and related markets, taking into account the principles of sustainable development

ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання	Manage the marketing activities of the market entity, as well as its divisions, groups and networks, determine the criteria and indicators for its evaluation
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку	Form a marketing system of interaction, build long-term mutually beneficial relations with other market subjects
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	Collect the necessary data from various sources, process and analyze their results using modern methods and specialized software
ПРН 16	Планувати, удосконалювати та реалізовувати маркетингову складову стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства, його товарно-інноваційну політику під час провадження маркетингової діяльності на промисловому ринку та споріднених ринках, в тому числі ринку високих технологій	Plan, improve and implement the marketing component of the industrial enterprise's innovative development strategy, its product and innovation policy during the implementation of marketing activities in the industrial market and related markets, including the high-tech market
ПРН 17	Вміти виявляти специфіку економічних відносин на промисловому ринку та поведінку його суб'єктів	To be able to identify the specifics of economic relations in the industrial market and the behavior of its subjects

### **8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми/ Resource provision for programme implementation**

#### **Кадрове забезпечення/Staffing**

Відповідно до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня ВО (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.	In accordance with the personnel requirements for ensuring the implementation of educational activities for the corresponding level of HE (Appendix 2 to the Licensing Conditions), approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 12.30.2015 No. 1187 in the current version.
---	---

#### **Матеріально-технічне забезпечення/ Material-technical support**

Відповідно до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.	In accordance with the technological requirements for the material and technical support of educational activities of the corresponding level of HE (Appendix 4 to the License Terms), approved by the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 12.30.2015 No. 1187 in the current version.
---	--

#### **Інформаційне та навчально-методичне забезпечення/ Information and methodical support of the educational process**

Відповідно до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності відповідного рівня ВО (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.	In accordance with the technological requirements for educational and methodological and informational support of educational activities of the corresponding level of HE (Appendix 5 to the Licensing Conditions), approved by Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 12.30.2015 No. 1187 in the current version.
--	---

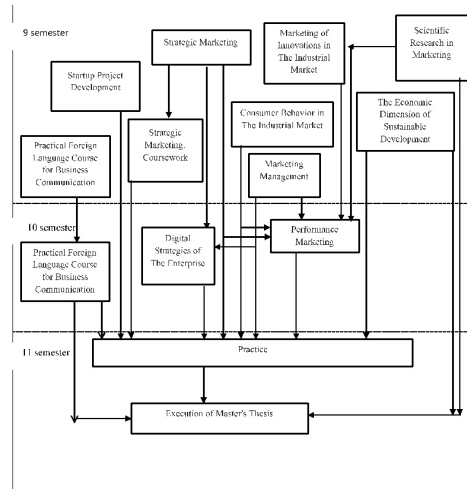
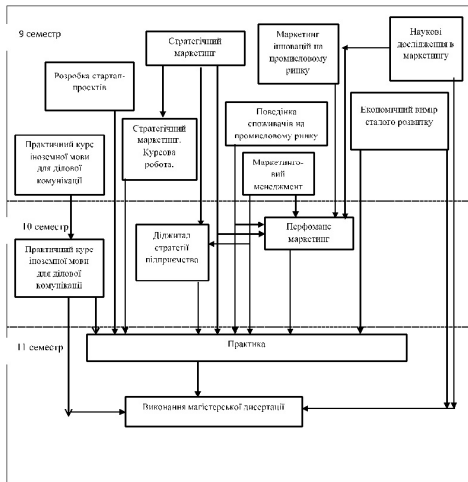
<b>9 - Академічна мобільність/Academic mobility</b>	
<b>Національна кредитна мобільність/National credit mobility</b>	
Програмою дозволяється можливість академічної мобільності у відповідності з угодами, підписаними Університетом, згідно з чинним законодавством.	The program allows the possibility of academic mobility in compliance with agreements signed by the University, in accordance with current legislation.
<b>Міжнародна кредитна мобільність/International credit mobility</b>	
Програмою дозволяється міжнародна академічна мобільність (зокрема, Еразмус+) відповідно до Положення про академічну мобільність КПІ ім. Ігоря Сікорського.	The program allows international academic mobility (in particular, Erasmus+) in accordance with the Regulation on academic mobility of KPI named after Igor Sikorsky.
<b>Навчання іноземних здобувачів ВО/Study of Foreign applicants of HE</b>	
Для іноземних громадян навчання проводиться українською мовою.	For foreign citizens, education is conducted in Ukrainian language.

## 2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/COMPONENTS of EDUCATIONAL PROGRAMME

Код/Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ЕКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю/Final control measure form
<b>НОРМАТИВНІ освітні компоненти/Required (standard) components</b>			
<b>Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки/General training cycle</b>			
30 01	Наукові дослідження в маркетингу / Scientific Research in Marketing	3.0	Залік / Final test
30 02	Економічний вимір сталого розвитку / The Economic Dimension of Sustainable Development	2.0	Залік / Final test
30 03	Практичний курс іноземної мови для ділової комунікації / Practical Foreign Language Course for Business Communication	3.0	Залік / Final test
30 04	Розробка стартап-проектів / Startup Project Development	3.0	Залік / Final test
30 05	Діджитал стратегії підприємства / Digital Strategies of The Enterprise	3.0	Залік / Final test
<b>Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки /Professional training cycle</b>			
ПО 01	Стратегічний маркетинг / Strategic Marketing	5.0	Екзамен / Exam
ПО 02	Стратегічний маркетинг. Курсова робота / Strategic Marketing. Coursework	1.0	Залік / Final test
ПО 03	Маркетинговий менеджмент / Marketing Management	5.0	Залік / Final test
ПО 04	Поведінка споживачів на промисловому ринку / Consumer Behavior in The Industrial Market	5.0	Екзамен / Exam
ПО 05	Маркетинг інновацій на промисловому ринку / Marketing of Innovations in The Industrial Market	5.0	Екзамен / Exam
ПО 06	Перфоманс маркетинг / Performance Marketing	4.0	Залік / Final test
ПО 07	Практика / Practice	14.0	Залік / Final test
ПО 08	Виконання магістерської дисертації / Execution of Master's Thesis	14.0	Захист / Defence
<b>ВИБІРКОВІ освітні компоненти/Elective components</b>			
<b>Вибіркові компоненти циклу професійної підготовки/Professional training cycle</b>			
ПВ 01	Освітній компонент 1 Ф-Каталогу / Educational Component 1 from P-Catalogue	5.0	Екзамен / Exam
ПВ 02	Освітній компонент 2 Ф-каталогу / Educational Component 2 from P-Catalogue	5.0	Екзамен / Exam
ПВ 03	Освітній компонент 3 Ф-каталогу / Educational Component 3 from P-Catalogue	5.0	Екзамен / Exam
ПВ 04	Освітній компонент 4 Ф-каталогу / Elective Educational Component 4 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
ПВ 05	Освітній компонент 5 Ф-каталогу / Elective Educational Component 5 from P-Catalogue	4.0	Залік / Final test
Загальний обсяг нормативних компонентів ОП/Total scope of the required components:		67	
Загальний обсяг вибірових компонентів ОП/Total scope of the elective components:		23	
Обсяг освітніх компонентів, що забезпечують здобуття компетентностей визначених СВО/Total scope of the educational components aimed at acquisition of competencies specified in the Higher Education Standard:		67	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/TOTAL SCOPE OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME</b>		<b>90</b>	



### 3. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/STRUCTURAL-AND-LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME



## **5. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ/ THE FORM OF ATTESTATION FOR DEGREE PURSUERS**

Атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження ступеня магістра з присвоєнням кваліфікації «магістр маркетингу».

Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат та після захисту розміщується в репозиторії НТБ Університету для вільного доступу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Attestation of students of higher education in the educational and professional program "Industrial marketing" specialty 075 Marketing is conducted in the form of a public defense (demonstration) of a qualifying master's thesis and ends with the issuance of a document of the established model on the awarding of a master's degree with the qualification "master of marketing".

The qualifying work is checked for plagiarism and after protection is placed in the NTB repository of the University for free access.

Attestation is carried out openly and publicly.

**6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ  
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME COMPETENCIES WITH  
PROGRAMME COMPONENTS**

	ЗО 01	ЗО 02	ЗО 03	ЗО 04	ЗО 05	ПО 01	ПО 02	ПО 03	ПО 04	ПО 05	ПО 06	ПО 07	ПО 08
ЗК 01	X	X				X	X	X	X	X			X
ЗК 02								X		X			X
ЗК 03					X		X	X			X		X
ЗК 04					X	X	X	X				X	X
ЗК 05			X										
ЗК 06	X				X	X	X	X			X	X	X
ЗК 07				X								X	
ЗК 08				X	X								
ЗК 09	X												
ЗК 10		X											
ФК 01					X	X	X	X	X	X			X
ФК 02					X				X	X		X	X
ФК 03		X				X	X	X				X	X
ФК 04						X	X	X				X	X
ФК 05				X		X	X	X		X	X	X	X
ФК 06					X			X					X
ФК 07					X	X	X			X			X
ФК 08								X			X	X	
ФК 09	X						X					X	X
ФК 10									X				
ФК 11				X						X			

**7. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ  
КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТЬОЇ ПРОГРАМИ/ COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME  
LEARNING OUTCOMES WITH PROGRAMME COMPONENTS**

	ЗО 01	ЗО 02	ЗО 03	ЗО 04	ЗО 05	ПО 01	ПО 02	ПО 03	ПО 04	ПО 05	ПО 06	ПО 07	ПО 08
ПРН 01	X				X	X	X	X		X		X	X
ПРН 02	X	X			X	X	X	X	X	X			X
ПРН 03	X	X		X		X	X	X	X			X	X
ПРН 04					X	X	X	X	X	X		X	X
ПРН 05	X	X	X	X			X	X				X	X
ПРН 06						X	X	X			X		X
ПРН 07								X					X
ПРН 08			X					X		X		X	
ПРН 09				X		X	X	X			X		X
ПРН 10		X		X		X	X	X	X	X	X		X
ПРН 11					X	X	X				X	X	X
ПРН 12		X			X	X	X	X			X	X	X
ПРН 13				X				X					X
ПРН 14				X					X				X
ПРН 15		X		X	X	X	X	X		X	X	X	X
ПРН 16				X						X			X
ПРН 17							X		X			X	