

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Одеська державна академія будівництва та архітектури

ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор

Анатолій КОВРОВ

«_____» _____ 2025 р.

ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

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

СХВАЛЕНО

Вченою радою
Одеської державної академії
будівництва та архітектури
протокол № від «__» травня 2025 року

Одеса - 2025

ПЕРЕДМОВА

1. РОЗРОБЛЕНО

Освітньо-професійну програму Маркетинг за спеціальністю D3 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право для другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблено робочою групою Одеської державної академії будівництва та архітектури у складі:

Сахацький Микола Павлович	д-р.ekon.наук, проф., професор кафедри менеджменту і маркетингу, гарант освітньої програми
Станкевич Ірина Володимирівна	д-р.ekon.наук, проф., завідувачка кафедри менеджменту і маркетингу
Сакун Ганна Олександрівна	канд.філос.наук, доцент, доцентка кафедри менеджменту і маркетингу
Окландер Ігор Михайлович	канд.ekon.наук, доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Братченко Антон Геннадійович	засновник та art-директор студії MART, стейкхолдер від роботодавців
Жело Олександр Олегович	засновник діджитал-агенції Focos&FlowDigital, стейкхолдер від роботодавців
Черкас Наталія Сергіївна	випускниця за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти, стейкхолдер від здобувачів
Бавикін Сергій Валерійович	здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня, стейкхолдер від здобувачів

2. ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Вченою радою Одеської державної академії будівництва та архітектури, протокол № від «__» травня 2025 року

3. ВВЕДЕНО в дію вперше з 01 вересня 2025 року

4. ВІДОМОСТІ ЩОДО АКРЕДИТАЦІЇ

Сертифікат про акредитацію спеціальності НД №1694306, дійсний до 01.07.2027

**1. Профіль освітньо-професійної програми
Маркетинг за спеціальністю D5 Маркетинг**

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Одеська державна академія будівництва та архітектури, Навчально-науковий інститут Бізнесу та інформаційних технологій, кафедра менеджменту і маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Форми здобуття освіти за освітньою програмою та розрахунковий строк виконання освітньої програми	За денною формою здобуття вищої освіти - 1 рік 5 місяців. Для осіб, які здобувають вищу освіту за кошти державного (регіонального) замовлення, строк навчання може бути збільшеним на 25 відсотків порівняно з розрахунковим строком виконання освітньої програми за денною формою здобуття вищої освіти. За заочною формою здобуття вищої освіти - 1 рік 5 місяців
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти Магістр Спеціальність 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Тип диплому - одиничний. Обсяг освітньої програми - 90 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності НД №1694306, дійсний до 01.07.2027
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень FQ EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавр, згідно з правилами прийому на поточний рік
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До введення в дію наступної редакції
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://odaba.edu.ua/education/educ-programs

2 - Мета освітньої програми

Підготовка магістрів маркетингу, здатних до інноваційного мислення та ефективного здійснення маркетингової, управлінської, аналітичної, проєктної та дослідницької діяльності з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях, а також у формуванні компетенцій і практичних навичок для вирішення завдань і проблемних питань у мінливому ринковому середовищі, розробки маркетингових стратегій та впровадження інноваційних технологій у професійну діяльність.

3 - Характеристика освітньої програми

Опис предметної області	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальність D5 Маркетинг Освітньо-професійна програма Маркетинг <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <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. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
--------------------------------	---

Орієнтація освітньої програми	Професійна підготовка та прикладна спеціальна освіта в області маркетингу з фокусуванням на підготовці фахівців, здатних розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності, зокрема в галузі будівництва.
Основний фокус освітньої програми	Вища освіта в галузі D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг, ОПП Маркетинг. Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові стратегії, маркетинговий аналіз, маркетингові дослідження, маркетинговий менеджмент, дистрибуція, сталий розвиток, будівельна галузь
Особливості освітньої програми	Націленість на підготовку фахівців, здатних ідентифікувати та розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу за умов мінливого зовнішнього середовища, проводити маркетингові дослідження, аналізувати та узагальнювати їх результати, приймати ефективні маркетингові рішення на основі використання сучасних методів та підходів до в сфері маркетингу, враховуючи їх галузеві особливості, зокрема будівництва
4 - Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання	
Працевлаштування випусників	Магістр маркетингу здатний виконувати професійні роботи й обіймати посади відповідно до Національного класифікатору професій України «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (зі змінами та доповненнями): 1210.1 Керівники підприємств, установ та організацій 1223.2 Начальники (інші керівники) та майстри діляниць (підрозділів) у будівництві 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі 1226 Керівники виробничих підрозділів на транспорті, в складському господарстві та зв'язку 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні 1228 Керівники виробничих підрозділів у побутовому обслуговуванні 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного

	постачання 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі 1316 Керівники малих підприємств без апарату управління на транспорті, у складському господарстві та зв'язку 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні 1318 Керівники малих підприємств без апарату управління в побутовому обслуговуванні 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі 1453 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами 2142.1 Наукові співробітники (будівництво) 2310.2 Інші викладачі закладів вищої освіти 2322 Викладачі закладів фахової передвищої освіти
Академічні права випускників	Продовження освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Підходи, що використовуються у викладанні, містять методи та технології сучасного навчання, передбачені освітньою програмою, а саме: студенто-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, самостійну роботу студентів, у тому числі виконання індивідуальних завдань: курсових робіт, розрахунково-графічних робіт, контрольних робіт; професійну практику. Основними методами навчання є пояснювально-ілюстративний, метод проблемного викладення, дослідницький, метод наочності. Методи навчання імплементуються в освітній процес відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей освітньої програми з урахуванням Місії та цілей освітньої діяльності та Стратегії розвитку Одеської державної академії будівництва та архітектури. Формування соціальних навичок (soft skills) здобувачів

	відбувається через вивчення ними компонентів як загальних, так і фахових; участь у конференціях з доповідями; олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт, практичній підготовці, академічній мобільності, культурно-масовій і спортивній діяльності; інших заходах, які зумовлені цілями програми, зокрема подальшою професійною діяльністю випускника програми. Загальну організацію з питань міжнародного співробітництва та зовнішньоекономічної діяльності покладено на відділ міжнародних зв'язків. Для здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньо-професійною програмою, забезпечено: — освітню підтримку в контексті питань, що безпосередньо стосуються організації навчання і викладання, зокрема роботу деканатів, відділів з організації освітнього процесу, інших допоміжних підрозділів академії та їх взаємодії зі здобувачами; — консультативну та соціальну підтримку у відповідних сферах (консультування з приводу працевлаштування, психологічна підтримка і т. ін.); — організаційно-інформаційну підтримку у взаємовідносинах здобувачів з Академією з адміністративних питань (отримання інформації, довідок, підтверджень и т.п.); — інформаційну взаємодію здобувачів вищої освіти з освітніх і позанавчальних питань, у тому числі наявність відповідної інформації у вільному доступі (розклад, консультації, інша інформація на офіційному веб-сайті Академії). Викладання проводиться у вигляді: лекцій, лекцій-презентацій з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, практичних занять, практичної підготовки, самостійного навчання на основі сучасної наукової та методичної літератури та консультацій викладачів. Також організована можливість навчання і викладання з використанням технологій дистанційного навчання (у тому числі Google Workspace, Moodle).
--	--

Оцінювання	Система оцінювання якості освоєння освітньо-професійної програми включає: поточний та підсумковий (семестровий) контроль, атестацію. Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях (усне або письмове опитування, експрес-контроль, виступи здобувачів при обговоренні питань, контрольні роботи, тестовий контроль, тематичні презентації тощо). Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену або заліку, захисту курсових робіт, захисту звіту з практики.
	Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти оцінюють за 100-бальною шкалою та шкалою ЄКТС.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	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.
Спеціальні (фахові) компетентності, визначені закладом вищої освіти	СК10. Здатність аналізувати вплив факторів сталого розвитку на стратегічне управління будівельною організацією. СК11. Здатність виявляти та аналізувати ключові бізнес-процеси в маркетингу будівельної організації.
7 - Програмні результати навчання (ПРН)	
Програмні результати навчання (ПРН)	РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу РН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності РН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними РН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему

	маркетингу ринкового суб'єкт; РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень РН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів РН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта РН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм РН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання РН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку РН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення
Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти	РН16. Вміти розробляти стратегії сталого розвитку будівельних організацій з урахуванням ключових бізнес-процесів в маркетингу, екологічних, соціальних та економічних аспектів.
8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми, працюють за основним місцем роботи в Академії, мають вчене звання та/або науковий ступінь, відповідають вимогам ліцензійних та акредитаційних умов провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти (Постанова Кабінету міністрів України «Про забезпечення ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. №1187, зі змінами та доповненнями).

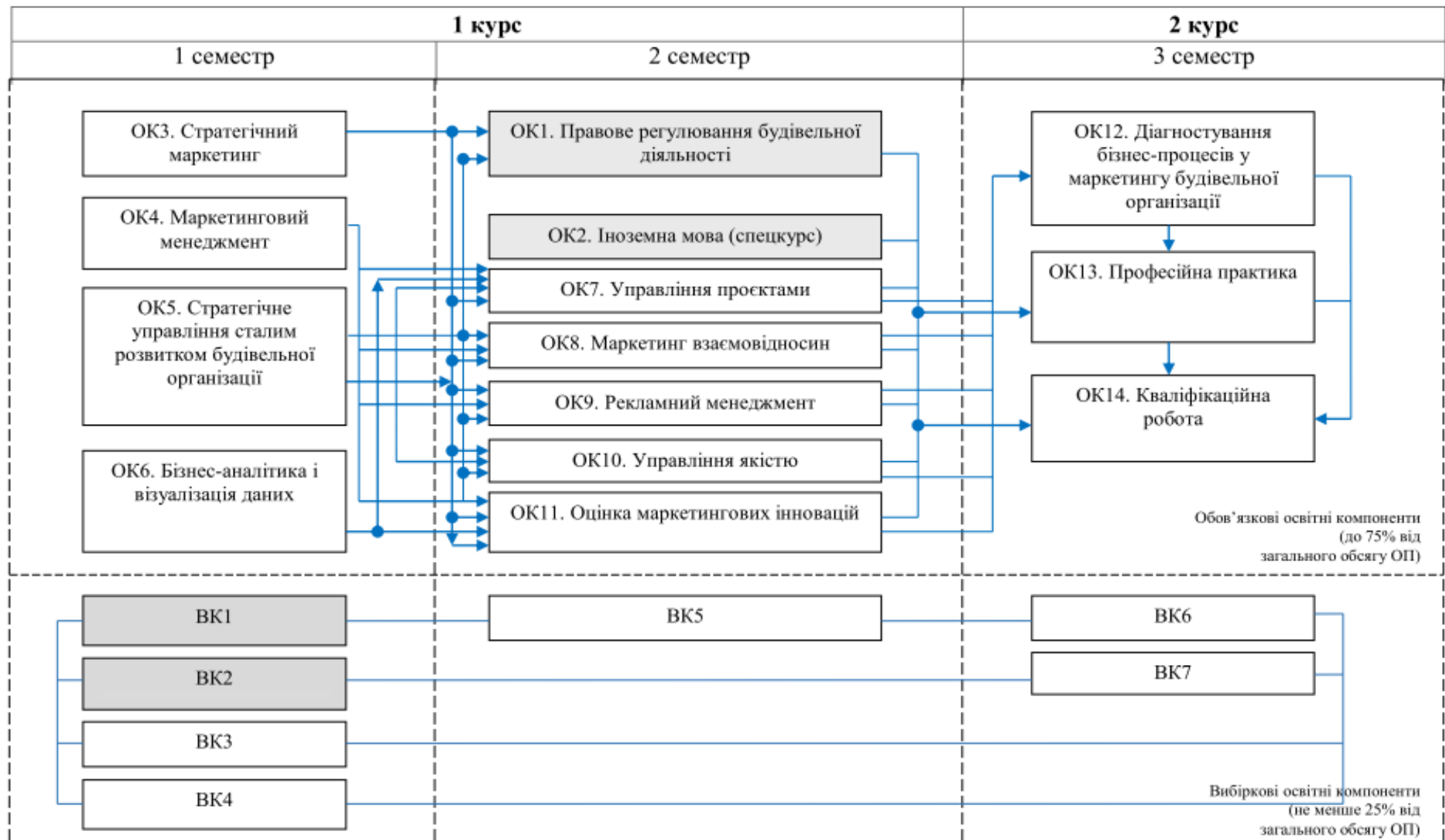
	З метою підтримання компетентності на належному рівні, усі науково-педагогічні працівники проходять підвищення кваліфікації/стажування.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення Одеської державної академії будівництва та архітектури відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу за освітньо-професійною програмою, що включає: кабінети, комп'ютерні та спеціалізовані аудиторії, бібліотеку, читальні зали, спортивні зали, актову залу, спортивний майданчик, базу відпочинку, їдальні, найпростіші укриття.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання електронних ресурсів: електронного каталогу, електронної бібліотеки, ресурсів Internet, Open Access, вебсайту Академії, бібліографічних ресурсів, репозиторію Академії (OSACEAeR http://mx.ogasa.org.ua/), Google Workspace та авторських навчально-методичних розробок науково-педагогічних працівників. Наявна ліцензійна версія бази даних нормативної літератури БудІнфо.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється на підставі двосторонніх договорів між Академією та закладами вищої освіти України та існуючих національних програм. Передбачається перезарахування частини кредитів ЄКТС відповідної освітньої програми, отриманих в інших закладах вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна академічна мобільність реалізується на підставі міжнародних договорів про співробітництво, міжнародних програм і проєктів, договорів про співробітництво з іноземними закладами вищої освіти. Основна міжнародна кредитна мобільність здійснюється згідно програм ERASMUS+ та MEVLANA.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів за освітньо-професійною програмою Маркетинг здійснюється на підставі Наказу МОН від 18.07.2019 № 944-л та згідно з Правилами прийому до Одеської державної академії будівництва та архітектури та відповідними Положеннями Центру підготовки спеціалістів із зарубіжних країн. Мова навчання - українська.

2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми Маркетинг та їх логічна послідовність

2.1 Перелік освітніх компонентів

Код о/к	Компоненти освітньо-професійної програми (освітні компоненти, курсові роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсум- кового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ			
Загальні компоненти			
OK1	Правове регулювання будівельної діяльності	3,0	залік
OK2	Іноземна мова (спецкурс)	3,0	залік
Спеціальні (фахові) компоненти			
OK3	Стратегічний маркетинг	6,0	екзамен
OK4	Маркетинговий менеджмент	4,0	екзамен
OK5	Стратегічне управління сталим розвитком будівельної організації	3,0	залік
OK6	Бізнес-аналітика і візуалізація даних	3,0	залік
OK7	Управління проектами	6,0	екзамен
OK8	Маркетинг взаємовідносин	4,0	залік
OK9	Рекламний менеджмент	4,0	залік
OK10	Управління якістю	3,0	екзамен
OK11	Оцінка маркетингових інновацій	3,0	залік
OK12	Діагностування бізнес-процесів у маркетингу будівельної організації	4,0	екзамен
OK15	Професійна практика	6,0	залік
OK16	Кваліфікаційна робота	12,0	публічний захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		64,0	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ			
Загальні компоненти			
BK1-BK2	Дисципліни за вибором	6,0	залік
Спеціальні (фахові) компоненти			
BK3-BK7	Дисципліни за вибором	20,0	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів		26,0	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП		90,0	

2.2 Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми Маркетинг



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути виконана з дотриманням норм академічної доброчесності. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному вебсайті Одеської державної академії будівництва та архітектури, або кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва та архітектури, або у репозиторії Одеської державної академії будівництва та архітектури. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН)
відповідними компонентами освітньо-професійної програми Маркетинг**

	РН 1	РН 2	РН 3	РН 4	РН 5	РН 6	РН 7	РН 8	РН 9	РН 10	РН 11	РН 12	РН 13	РН 14	РН 15	РН1 6
OK1							+			+			+			
OK2		+	+		+			+			+				+	
OK3	+		+	+		+				+	+	+				
OK4	+	+					+			+				+		
OK5		+		+							+			+		+
OK6										+	+	+			+	
OK7		+			+			+	+							
OK8	+			+	+			+		+				+		
OK9					+	+			+				+	+		
OK10						+	+				+					
OK11	+	+								+		+			+	
OK12						+						+			+	+
OK13	+				+				+	+		+			+	+
OK14	+	+	+	+	+				+	+	+	+			+	+

**Перелік нормативних документів,
на яких базується освітньо-професійна програма
Маркетинг**

1. Закон України Про вищу освіту № 1556-VII від 01.07.2014 р.
URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон України Про освіту № 2145-VIII від 05.09.2017 р.
URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>
4. Національний класифікатор України: Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>
5. Національна рамка кваліфікацій.
URL: <https://nqa.gov.ua/national-qualification-frame/>
6. Національний класифікатор ДК 003:2010 Класифікатор професій
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>