

Порівняльна таблиця ОП щодо аналогічних освітніх програм

Параметри порівняння	ОП, яка порівнюється «Територіальний маркетинг»	Освітні програми (українські та закордонні), з якими проводиться порівняння			
		ОПП 075 «Маркети». Другий (магістерський) рівень вищої освіти	ОПП 075 «Маркети». Другий (магістерський) рівень вищої освіти	ОПП 075 «Маркети». Другий (магістерський) рівень вищої освіти	ОПП 075 «Маркети». Другий (магістерський) рівень вищої освіти
ЗВО	ВСП НН ІППТ НУ ЛП	НН ІНЕМ НУ ЛП	ЧНУ імені Ю. Федьковича	Національний авіаційний університет	ХНУ імені В.Н. Каразіна
Посилання на веб сайт ЗВО та сторінку де розміщений опис аналогічної ОП		https://lpnu.ua/sites/default/files/2021/program/15945/075-mag-2020-marketing.PDF	http://mmix.cv.ua/wp-content/uploads/OP-Mag-075_Zminy2021_Tytu.pdf	https://nau.edu.ua/download/Quality%20Assurance_ukr/Projekti/2021/4/%D0%9E%D0%9F%D0%9F_%D0%9C%D0%90%D0%93%D0%98%D0%A1%D0%A2%D0%A0_%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%9A%D0%95%D0%A2%D0%98%D0%9D%D0%93_compressed.pdf	http://www.econom.kharkov.ua/upim/YJOffwfK.pdf
Порівняння фокусу ОП із аналогічними ОП	Спеціальна освіта в предметній області маркетингу зі спеціалізації територіальний маркетинг та підприємництво. Підготовка фахівців здійснюється на базі наукових та методологічних основ із маркетингу для територіального розвитку. Основний фокус програми полягає в забезпеченні компетентностей зі стратегічного планування територій, формування соціального підприємництва, організації та впровадження маркетингової діяльності на територіальному рівні, управління фінансово-економічними та людськими ресурсами територій.	ОПП репрезентує спеціальну освіту та професійну підготовку магістрів за п'ятьма векторами: маркетинг, маркетинг послуг, маркетинг у сфері торгівлі, інтернет маркетинг, маркетингова логістика.	Спеціальна освіта в галузі 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 Маркетинг.	ОПП спрямована на підготовку магістрів маркетингу для суб'єктів господарювання різних видів економічної діяльності. ОП спрямована на формування підприємницьких компетентностей завдяки орієнтації на дослідження в сфері маркетингу, враховує специфіку роботи підприємств у сучасних умовах господарювання, зокрема авіаційного сектору.	Програма орієнтована на формування знань, умінь та компетентностей випускників щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства в сучасних ринкових умовах. Підготовка фахівців здійснюється на базі наукових та методологічних основ із маркетингу для підприємств різних галузей. Основний фокус програми полягає в забезпеченні компетентностей зі стратегічного та тактичного планування, управління, організації та впровадження маркетингової діяльності на підприємствах різних галузей економіки.

<p>Особливості ОП порівняно із аналогічними ОП</p>	<p>Спрямована на поглиблені знання принципів організації розроблення регіональних маркетингових стратегій і брендів, проведення семінарів, конференцій за тематикою територіального управління, а також відповідні знання стосовно розвитку підприємництва на рівні регіону та територіальних громад.</p>	<p>Спрямована на вивчення загальних основ маркетингу.</p>	<p>Унікальність та особливості освітньо-професійної програми полягають у наступному: поєднання традиційних та інноваційних форм навчання через інтерактивні компоненти програми та використання засобів віртуальних комунікацій; побудована на унікальних теоретико-методичних та науково-практичних розробках колективу кафедри; - вивчення спеціальних дисциплін з урахуванням специфіки окремих галузей, з фокусом на маркетингову аналітику та digital-маркетинг; - концепція бізнес-орієнтованої освіти через залучення представників реального бізнесу (національного, регіонального та локального рівня) до розробки та реалізації освітньо-професійної програми.</p>	<p>ОПП базується на підготовці фахівців, які здатні успішно конкурувати в сфері маркетингу, зокрема консалтингу, управління та бізнес-адміністрування, технологій забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання з урахуванням бізнес-середовища та ринкових тенденцій розвитку.</p>	<p>Освітньо-професійна програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку.</p>
<p>Опис відмінностей та особливостей у наборах компетентностей та програмних результатів навчання</p>	<p>Особливість та відмінність компетентностей та програмних результатів навчання полягає у врахуванні специфіки використання маркетингу територіальними громадами. Зокрема набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, які збалансовані відповідно до сучасного територіального</p>	<p>Відмінність полягає в спрямуванні компетентностей та програмних результатів навчання в напрямках: поглиблені знання теоретичних та методологічних основ, вироблення компетенцій реалізації маркетингових проектів;</p>	<p>Програма має високу практичну спрямованість: індивідуальні роботи студентів виконуються на основі дослідження стратегічних та тактичних маркетингових рішень реального бізнесу; викладання окремих тем професійних дисциплін</p>	<p>Відмінність програми від інших – формування професійних компетентностей із врахуванням сьогодишнього стану економіки та ринкових відносин, орієнтується на сучасні наукові дослідження в галузі маркетингу, в управлінні підприємств різних</p>	<p>Відмінність програми від інших – при реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх маркетингових технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки з використанням</p>

	<p>маркетингу, подальшого вдосконалення стратегічного планування та управління територіями на засадах маркетингу, а також засад регіональної політики та концептуальних основ планування розвитку територій; розвивають перспективні напрями формування агломераційних процесів; соціально-економічного розвитку територіальних громад. Щодо програмних результатів, здобувачі отримують компетентності: вміти використовувати інструменти територіального маркетингу та застосовувати їх у формуванні маркетингових стратегій територіальних громад; володіти основами урбанізаційних процесів і досліджувати їх вплив щодо трансформації міського простору та простору територіальних громад; вміти використовувати положення Державної стратегії регіонального розвитку у формуванні концепції територіального маркетингу управління територіями; вміти досліджувати систему агломераційних утворень навколо великих та середніх міст та їх значення для розвитку територіальних громад.</p>	<p>оптимізації діяльності підприємств з обслуговування клієнтів; вивченні інструментів маркетингової товарної, цінової, комунікаційної та політики розподілу торговельного підприємства; формування діяльності суб'єктів господарювання з використанням мережі інтернет тощо.</p>	<p>українською та англійською мовою; -наявність програм академічної мобільності; викладачі використовують власні наукові розробки, авторські методики, авторські розробки, сучасні освітні технології; застосування сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем та програмних продуктів; орієнтація програми на підготовку фахівці, які будуть мати крос-галузеву спеціалізацію, здатні до системного та креативного мислення; урахування досвіду провідних ЗВО України та кращих іноземних освітніх програм в сфері маркетингу.</p>	<p>галузей в тому числі авіаційної.</p>	<p>сучасних інформаційних технологій.</p>
Особливості термінів	90 кредитів 1 рік 4 місяців	90 кредитів 1 рік 5 місяців	90 кредитів, 1 рік 4 місяці	90 кредитів, 1 рік 4 місяці	90 кредитів, 1 рік 4 місяці

підготовки за програмами у кредитах та тривалості					
Опис відмінностей та особливостей у наборах обов'язкових ОК	Особливість набору обов'язкових компонент проявляється у вивченні необхідних дисциплін для формування маркетингової стратегії розвитку території та побудови маркетингу територій. Зокрема запропоновані такі дисципліни, як: Маркетингові дослідження інвестиційних проектів розвитку територій; Соціально-економічні та екологічні засади містобудівної діяльності; Маркетингова основа соціального підприємництва, співробітництва громад і державно-приватного партнерства; Стратегічне планування в територіальних громадах на основі маркетингового підходу; Управління територіями на засадах менеджменту та інформаційного маркетингу; Європейська практика підтримки розвитку територій; Матеріальна та фінансова основа територіальних громад.	Особливість набору обов'язкових компонент проявляється у вивченні загальних маркетингових дисциплін із залученням низки дисциплін зі спеціальності менеджмент: Соціальна відповідальність у маркетингу; Логістичний менеджмент; Рекламний менеджмент; Стратегічний менеджмент; Фінансовий менеджмент; Маркетингова політика розподілу	Особливість набору обов'язкових компонент проявляється у вивченні загальних і спеціальних дисциплін: Управління проектами; Рекламний менеджмент та креатив; Методологія і організація наукових та прикладних досліджень в маркетингу; Інновації та маркетинг інновацій; Маркетинговий менеджмент; Стратегія ведення переговорів; Маркетинговий аналіз; Цифровий маркетинг; Інформаційні системи та бізнес-аналітика.	Особливість набору обов'язкових компонент проявляється у вивченні загальних і спеціальних маркетингових дисциплін: Методологія практичних досліджень у сфері маркетингу; Маркетинг кроскультурного середовища; Стратегічний маркетинг; Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі; Маркетинговий менеджмент; Управління конкурентоспроможністю об'єктів; Оцінка маркетингових інновацій і ризиків.	Особливість набору обов'язкових компонент проявляється у вивченні загальних економічних і маркетингових дисциплін: Глобальні проблеми сучасності; Соціальна відповідальність; Інформаційно-статистичне забезпечення маркетингу; Освітній маркетинг і лідерство; Маркетинговий менеджмент; Програмне забезпечення маркетингових рішень; Управління маркетинговими проектами; Менеджмент інноваційного розвитку сучасних економічних систем; Управління вартістю підприємства; Стратегічний маркетинг.
Опис відмінностей та особливостей у наборах вибіркового ОК	Особливість набору вибіркового компонент проявляється у вивченні необхідних спеціалізованих дисциплін за двома	Особливість набору вибіркового компонент проявляється у вивченні необхідних спеціалізованих	Особливість набору вибіркового компонент проявляється у вивченні необхідних спеціалізованих	Особливість набору вибіркового компонент проявляється у вивченні необхідних спеціалізованих	Особливість набору вибіркового компонент проявляється у вивченні необхідних спеціалізованих

	<p>блоками: № 1 «Маркетинг територіальних громад»: Інструменти територіального маркетингу; Тактичний урбанізм, трансформація міського простору на засадах маркетингу; Маркетинг послуг місцевого самоврядування.</p> <p>№ 2 «Регіональні маркетингові стратегії»: Основи державної регіональної політики; Концептуальні засади планування розвитку територій; Агломераційні процеси територій.</p>	<p>дисциплін за двома блоками: № 1: Товарна інноваційна політика; Медіа-планування; Управління проектами.</p> <p>№2: Маркетинг професійних послуг; Маркетингове Консультування; Прямий маркетинг.</p>	<p>дисциплін спрямованих на вивчення розвитку суб'єктів різних видів економічної діяльності.</p>	<p>дисциплін спрямованих на вивчення розвитку суб'єктів різних видів економічної діяльності в тому числі авіаційної сфери.</p>	<p>дисциплін спрямованих на вивчення:</p> <p>Комерційна логістика, Управління стартап-проектами, Управління конкурентоспроможністю підприємства, Міжнародний маркетинг, Інвестиційний менеджмент, Організація виставкової діяльності, Комерціалізація інтелектуальної власності, Мерчандайзинг, Маркетинг відносин.</p>
--	--	---	--	--	---