



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МЕНЕДЖМЕНТ ДИДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ»**

**другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальностями D3 Менеджмент та D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**

ВСТУП 2025

ЗАТВЕРДЖЕНО

**Протокол № __ від «__» _____ 2025 р.
засідання вченої ради ХДАЕУ**

**Освітня-професійна програма
вводиться в дію з «02» вересня 2025 р.
В.о. ректора Херсонського державного
аграрно-економічного університету,
Наказ № __ від «__» _____ 2025 р.
_____ Вікторія ГРАНОВСЬКА**

Херсон – 2025

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Менеджмент диджитал-маркетингу»

рівень вищої освіти - другий (магістерський)
спеціальність – D3 Менеджмент, D5 Маркетинг
галузі знань - D Бізнес, адміністрування та право

Освітньо-професійна програма відповідає другому (магістерському) рівню вищої освіти та сьомому кваліфікаційному рівню за Національною рамкою кваліфікацій.

РОЗРОБЛЕНО:

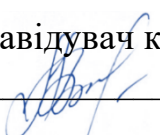
Гарант освітньо-професійної
програми «Менеджмент диджитал-
маркетингу»

 Наталя ІВАНОВА
від «__» _____ 2025 р.

СХВАЛЕНО:

випусковою кафедрою менеджменту,
маркетингу та інформаційних
технологій

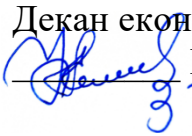
Протокол №
від «__» _____ 2025 р.

Завідувач кафедри
 Ганна ЖОСАН

РЕКОМЕНДОВАНО

вченою радою економічного
факультету

Протокол №
від «__» _____ 2025 р.

Декан економічного факультету
 Наталя КИРИЧЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Перший проректор, проректор з
науково-педагогічної роботи
_____ Вікторія ГРАНОВСЬКА
від «__» _____ 2025 р.

Начальник
навчально-методичного відділу
_____ Олена КАН
від «__» _____ 2025 р.

ПРЕАМБУЛА:

Розробники проекту ОПП у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньо-професійної програми):

1. Наталя ІВАНОВА – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій, гарант програми.

Члени робочої групи:

2. Роман БАЗАКА – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій.

3. Ганна ДИМОВА- кандидат технічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій.

4. Денис ГУЛЄВ - здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності D3 Менеджмент та D5 Маркетинг.

5. Олена СМОЛІНКИНА - здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності D3 Менеджмент та D5 Маркетинг.

6. Вікторія ГУБІНА – маркетинг-директор АТКБ «Приватбанк».

7. Віталій ШВЕЦЬ - директор Херсонської філії Комп'ютерної Академії ШАГ

8. Катерина ШИЛКІНА –директор товариства з обмеженою відповідальністю АРТРЕВЕЛ.КС.

Відповідно до процедури моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм, що регламентуються Законом України «Про вищу освіту», Законом України №3642-ІХ від 23.04.2024 «Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку індивідуальних освітніх траєкторій та вдосконалення освітнього процесу», Наказу Міністерства освіти і науки України № 1625 від 19.11.2024 р. (зі змінами, внесеними Наказом Міністерства освіти і науки України № 1709 від 05.12.2024 р.), Стандарту вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент галузі знань 07 Управління та адміністрування для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № 959 від 10.07.2019 р., Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р., внутрішніми нормативними документами ХДАЕУ (Положення про підготовку здобувачів вищої освіти, Положення про організацію освітнього процесу, Положення про освітні програми, Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти).

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальностей D3 Менеджмент, D5 Маркетинг	
1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Херсонський державний аграрно-економічний університет, економічний факультет, кафедра менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Менеджмент диджитал-маркетингу» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальностями D3 Менеджмент та D5 Маркетинг, галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.
Тип диплому та назва освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньо-професійної програми серія НД №22014167 від 03.04.2018 року дійсний до 01 липня 2023 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF- LLL – 7 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Херсонського державного аграрно-економічного університету», що затверджені Вченою радою Університету.
Мова(и) викладання	Українська
Форма здобуття освіти та розрахункові строки виконання освітньої програми	Форми здобуття освіти: інституційна (очна (денна), заочна) Розрахункове навчальне навантаження здобувача вищої освіти протягом одного навчального року за денною або дуальною формою здобуття вищої освіти становить 90 кредитів ЄКТС. Розрахунковий строк виконання освітньої програми за заочною формою здобуття вищої освіти на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти може перевищувати термін навчання за денною формою не більш, як на 25 %. Розрахунковий строк виконання освітньої програми становить: - для освітньо-професійної програми (90 кредитів ЄКТС) на другому (магістерському) рівні за денною та дуальною формами здобуття вищої освіти – 1 рік 4 місяці.
Розрахункові строки виконання освітньої програми	1 рік 4 міс.
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.ksau.kherson.ua
2 – Мета освітньої програми	

Полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців з широким доступом до працевлаштування, які мають поглиблені знання у сфері менеджменту та маркетингу, вміють застосовувати набуті знання для розв'язання складних практичних завдань управління маркетингом (маркетинговою діяльністю/процесами) в умовах цифрових трансформацій, невизначеності та ризику та змістовно інтерпретувати отримані результати; здатні до проведення досліджень та пошуку інновацій у сфері професійної діяльності; володіють навичками міжособистісної взаємодії та командної роботи; гармонійно розвинутих особистостей, націлених на те, що би зробити власний внесок в розвиток вітчизняної економіки, громадянського суспільства.

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))

Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність D3 Менеджмент, D 5 Маркетинг
Об'єкт вивчення: Управління організаціями через реалізацію ефективної маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних ідентифікувати та вирішувати практичні проблеми і складні спеціалізовані задачі, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, у сфері управління організаціями та їх маркетингової діяльності, і які передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій.

Теоретичний зміст предметної області: понятійно-категорійний апарат, парадигми, закони, закономірності, принципи, функції менеджменту та маркетингу; концепції системного, ситуаційного, адаптивного, антисипативного, антикризового, інноваційного, проектного менеджменту тощо; функції, методи, технології та управлінські рішення у менеджменті та маркетингу; суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій.

Методи, методики та технології: загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); методи реалізації функцій менеджменту (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур управління; методи мотивування; методи контролювання; методи оцінювання соціальної, організаційної та економічної ефективності в менеджменті тощо). методи менеджменту (адміністративні, економічні, соціально-

	психологічні, технологічні); технології обґрунтування управлінських рішень (економічний аналіз, імітаційне моделювання, дерево рішень тощо). Інструментарій та обладнання: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації управлінських рішень в сфері маркетингу.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма базується на стандартах вищої освіти та результатах сучасних наукових досліджень з менеджменту та маркетингу, має багатопрофільну прикладну орієнтацію. Програма передбачає високу інтенсивність навчання; вимагає від здобувача вміння визначати індивідуальну траєкторію та стратегію навчання, мати здібності до професійного самовдосконалення та виявляти ініціативу у процесі власної безперервної самоосвіти, працювати в умовах невизначеності, використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні та цифрові технології в галузі управління та маркетингу. Програма з професійною орієнтацією на розвинення управлінських знань та навичок із глибоким розумінням найпередовіших теорій і методів диджитал-маркетингу для ефективного використання даних з метою підвищення ефективності та управління ризиками в часи невизначеності та змін.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Фахова освіта в області менеджменту та маркетингу. Професійні акценти: забезпечити оволодіння фундаментальними знаннями в сфері менеджменту диджитал-маркетингу, набуття сучасних базових знань та розвиток гнучких навичок, необхідних для успішного працевлаштування та кар'єрного росту, зокрема можливої подальшої наукової кар'єри здобувача. Ключові слова: менеджмент, digital-маркетинг, управління, управлінські завдання, управлінські рішення, умови невизначеності, цифрові трансформації, проєктне управління, бренд-менеджмент, контент-маркетинг, пошуковий маркетинг, веб-аналітика, великі дані, кібербезпека, пошукова оптимізація, штучний інтелект.
Особливості програми	Унікальність ОП «Менеджмент диджитал-маркетингу» полягає у її професійній орієнтації на розвинення управлінських знань та навичок із розумінням сучасних теорій і методів диджитал-маркетингу для ефективного використання даних з метою підвищення ефективності та управління в умовах невизначеності та ризику орієнтуючись на

	потреби організацій різного типу та форм власності. ОП «Менеджмент диджитал-маркетингу» забезпечує формування фахівців високого рівня здатних до швидкої адаптації в бізнес-середовищі які: -вміють визначати основні етапи та застосовувати сучасні інструменти WEB-аналітики, пошукової оптимізації, штучного інтелекту для забезпечення ефективної системи менеджменту; - вміють розробляти цифрові маркетингові стратегії із визначенням цільової аудиторії та ринкового сегмента, використовувати аналітику для прийняття стратегічних рішень залежно від потреб ринку та суб'єкта господарювання з метою удосконалення реалізації функцій менеджменту; - володіють інструментами управління цифровою трансформацією бізнесу, поведінкою клієнтів і управління даними: маркетингова аналітика, розширене застосування штучного інтелекту, визначення цільових груп, залучення потенційних клієнтів через цільові кампанії в соціальних мережах; - здатні впроваджувати довгострокові маркетингові стратегії, спрямовані на залучення потенційних клієнтів та побудову тривалих дружніх стосунків із цільовою аудиторією за допомогою унікального контенту. - володіють знаннями у сфері етики digital-маркетингу, володіють навичками захисту авторських прав, а також вміють ефективно користуватися інструментами управління ІТ-безпекою в онлайн-бізнесі. Досягнення цілей ОП забезпечується унікальним набором освітніх компонент із елементами білінгвального навчання
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник освітньо-професійної програми «Менеджмент диджитал-маркетингу» на первинних посадах самостійно виконує переважно дослідницькі, діагностичні завдання, розробляє алгоритми, проводить економічні розрахунки, збирає, систематизує, нагромаджує, обробляє первинну інформацію для виконання закріплених за ним посадових обов'язків. По завершенню навчання за освітньо-професійною програмою випускник здатен виконувати зазначену в Національному класифікаторі України: «Класифікатор професій (ДК 003:2010)» та в «International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) професійну роботу і займати посади, що передбачають роботу у сфері управління і у сфері

	маркетингу, заміщення яких згідно із чинним законодавством вимагає наявність кваліфікації магістра менеджменту та магістра маркетингу.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії, восьмому кваліфікаційному рівні Національної рамки кваліфікацій України, восьмому рівні (Level 8) Європейської рамки кваліфікацій для навчання впродовж життя «EQF-LLL», за програмами третього циклу (Third cycle) Рамки кваліфікацій Європейського простору вищої освіти «QF-EHEA». Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти. Можливість отримати необхідну кваліфікацію для викладання у ЗВО, підвищувати кваліфікацію.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Передбачає комплексне поєднання студентоцентрованого підходу з визначенням індивідуальної освітньої траєкторії кожного здобувача, самонавчання, проблемно-орієнтованого навчання, навчання на основі лабораторної практики, з розширеним використанням комп'ютерних та інформаційних технологій. Комбінація лекцій, практичних занять, консультацій, практики з акцентом на особистісному саморозвитку, груповій та проєктній роботі. Навчання критиці власної роботи, конструктивній критиці роботи інших, продуктивному використанню критичних зауважень з боку інших. Під час першого року навчання здобувач обирає напрям дослідження. В останній рік навчання більша половина часу присвячується проведенню обраного дослідження, написанню кваліфікаційної роботи магістра та підготовці до захисту.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за взаємоузгодженими 4-х бальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і заліковою («зараховано», «не зараховано») системами, так і за 100- бальною шкалою та системою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F). Види контролю: поточний, рубіжний, підсумковий, семестровий, атестація. Форми контролю, екзамени, заліки проводяться відповідно до вимог «Положення про проведення поточної атестації та семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти» ХДАЕУ (2020 р.).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту та маркетингу або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт, що дозволить приймати обґрунтовані рішення; ЗК2. Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; ЗК4. Мотивувати людей та рухатися до спільної мети; ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів); ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність); ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу ЗК8. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК9. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК10. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів; ФК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії для організації та розробляти стратегії та плани розвитку, з фокусом на розробку і аналіз маркетингової стратегії ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК3. Здатність до саморозвитку, навчання впродовж життя та ефективного самоменеджменту; ФК4. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; ФК5. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми, використовувати психологічні технології роботи з персоналом; ФК6. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК7. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію через систему маркетингу; ФК8. Здатність до управління організацією та її розвитком через ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК9. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення

	маркетингового аналізу та прогнозування в умовах цифрової трансформації. ФК10. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК11. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування, в тому числі здатність самостійно здійснювати на належному рівні відповідні теоретичні та прикладні дослідження з інтерпретацією їх результатів.
--	---

7 – Програмні результати навчання

ПРН 1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах та ризику; в тому числі вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН 2. Вміти проєктувати ефективні системи управління організаціями, з акцентом на формування і вдосконалення системи маркетингу ринкового суб'єкта;

ПРН 3. Обґрунтовувати та управляти проєктами, генерувати підприємницькі ідеї;

ПРН 4. Вміти планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах з фокусом на діагностування, стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм;

ПРН 5. Мати навички планування і здійснення власних маркетингових досліджень, аналізу їх результатів, прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;

ПРН 6. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій та в міжнародному контексті;

ПРН 7. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією;

ПРН 8. Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах, презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами;

ПРН 9. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач;

ПРН 10. Забезпечувати особистий професійний розвиток та планування власного часу;

ПРН 11. Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом);

ПРН 12. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

ПРН 13. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН 14. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН 15. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН 16. Здійснювати моніторинг результатів діяльності організації та ідентифікувати проблеми, розробляти, обґрунтовувати і реалізовувати рішення їх подолання із застосуванням відповідних маркетингових цифрових інструментів та технологій.

ПРН 17. Визначати основні етапи та застосовувати сучасні інструменти WEB-аналітики, пошукової оптимізації, штучного інтелекту тощо для забезпечення ефективної системи менеджменту.

ПРН 18. Розробляти цифрові маркетингові стратегії із визначенням цільової аудиторії та ринкового сегмента, використовувати аналітику для прийняття стратегічних рішень залежно від потреб ринку та суб'єкта господарювання з метою удосконалення реалізації функцій менеджменту.

ПРН 19. Володіти інструментами управління цифровою трансформацією бізнеса, поведінкою клієнтів і управління даними: маркетингова аналітика, розширене застосування штучного інтелекту, визначення цільових груп, залучення потенційних клієнтів через цільові кампанії в соціальних мережах.

ПРН 20. Здатні впроваджувати довгострокові маркетингові стратегії, спрямовані на залучення потенційних клієнтів та побудову тривалих дружніх стосунків із цільовою аудиторією за допомогою унікального контенту.

ПРН 21. Вміти застосовувати сучасні методи та інформаційні технології для виявлення та запобігання інцидентів у сфері безпеки та захисті авторських прав, використовувати інструменти машинного навчання і штучного інтелекту для прогнозування та оптимізації бізнес-процесів.

ПРН 22. Знати і вміти оцінювати ефективність застосування бізнес-аналітики, аналізувати етичні проблеми, що виникають в диджитал маркетингу.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму відповідають кадровим вимогам Ліцензійних умов, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти».
Матеріально-технічне забезпечення	Усі приміщення, які використовуються відповідають будівельним та санітарним нормам. В університеті сучасна розвинута навчальна та соціальна інфраструктури: навчальні корпуси, гуртожитки, аудиторії інформаційних технологій з ліцензованим програмним забезпеченням та мультимедійним обладнанням, спортивний комплекс, пункти харчування, база відпочинку.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Наявність офіційного веб-сайту закладу освіти (http://www.ksau.kherson.ua), який містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Наявність бібліотеки, яка є центром інформаційного забезпечення навчально-виховного і наукового процесів в університеті. Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, у тому числі в електронному вигляді.

	Читальні зали бібліотеки мають доступ до мережі Інтернет, в інституційному Репозитарії ХДАЕУ (http://dspace.ksau.kherson.ua/) розміщуються матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми. Наявність електронного ресурсу закладу освіти, який містить: вільний доступ до наукометричних баз Scopus, Web of Science; віртуальне навчальне середовище Moodle; корпоративну пошту; навчальні і робочі плани; графіки навчального процесу; навчально- методичне забезпечення дисциплін; робочі програми та силабуси навчальних дисциплін; наскрізні програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт, кваліфікаційної роботи; критерії оцінювання рівня підготовки здобувачів, в тому числі в системі дистанційного навчання (за допомогою онлайн-сервісів: Moodle, Google, Canvas, Zoom тощо).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Реалізується в університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регламентується Положенням про порядок організації та реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ХДАЕУ (2021 р.) та Положенням про порядок перезарахування навчальних дисциплін та визначення академічної різниці ХДАЕУ (2020 р.). Можлива у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. Самоініційована кредитна мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Можлива на підставі партнерської угоди про співробітництво із зарубіжними університетами про участь у міжнародних освітніх програмах, які дають можливість: одержати додаткові знання у суміжних галузях науки; удосконалювати рівень володіння іноземною мовою; ознайомитися із зарубіжною культурою, історією, одержати диплом зарубіжного університету та диплом ХДАЕУ. Самоініційована мобільність: наукові стажування, кредитна мобільність до університетів ЄС за програмою Erasmus+ KA1 International Credit Mobility, за програмами DAAD, Fullbright та ін.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою згідно Положення про організацію набору та навчання іноземців та осіб без громадянства у ХДАЕУ (2020 р.).

2. Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

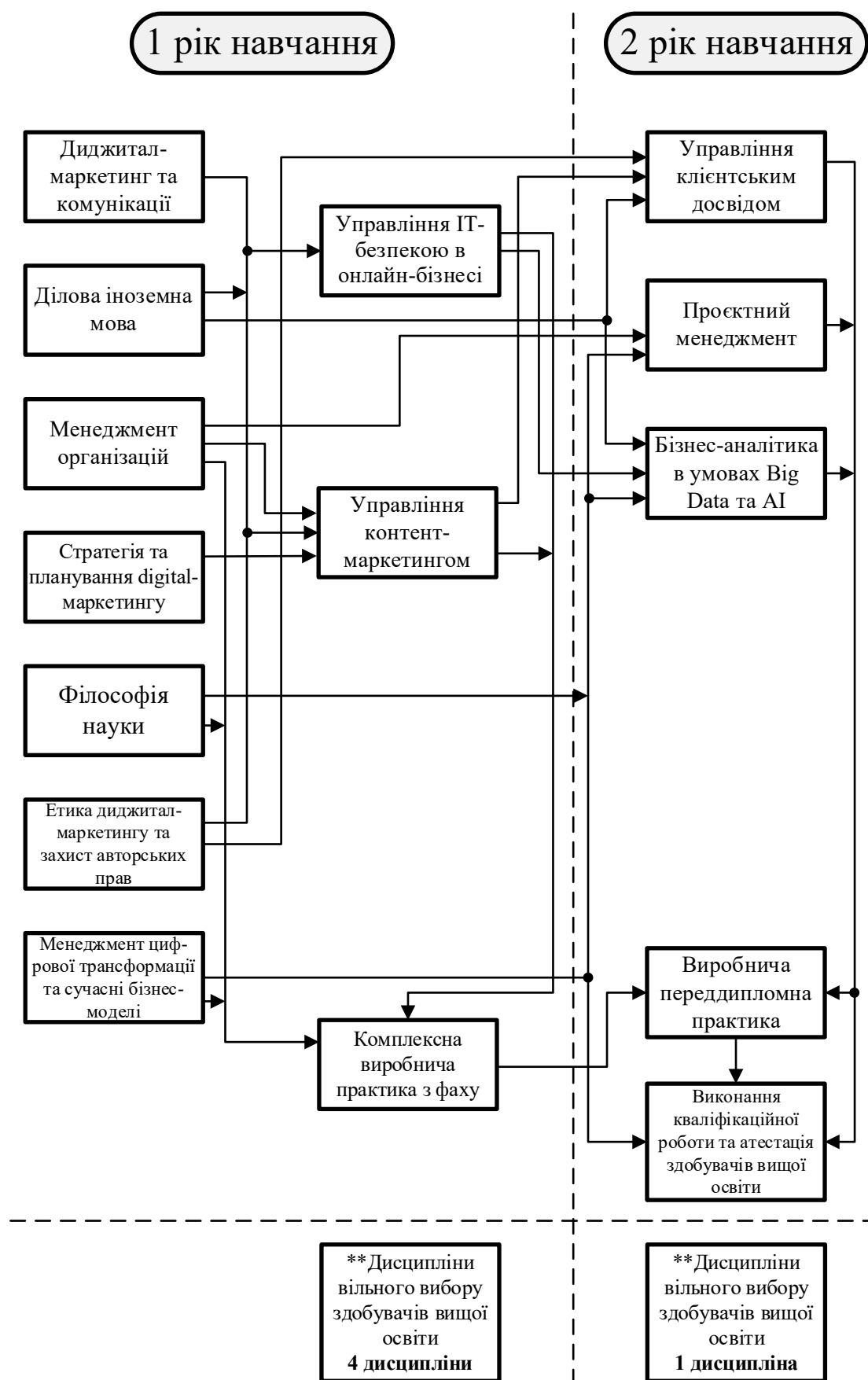
2.1 Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Філософія науки	3,0	Залік
ОК 2.	Ділова іноземна мова	3,0	Екзамен
ОК 3.	Менеджмент організацій	3,0	Залік
ОК 4.	Диджитал-маркетинг та комунікації	4,0	Екзамен
ОК 5.	Менеджмент цифрової трансформації та сучасні бізнес-моделі	3,0	Екзамен
ОК 6.	Стратегія та планування диджитал-маркетингу	4,0	Екзамен
ОК 7.	Етика диджитал-маркетингу та захист авторських прав	3,0	Залік
ОК 8.	Управління контент-маркетингом	4,0	Екзамен
ОК 9.	Управління ІТ-безпекою в онлайн-бізнесі	3,0	Екзамен
ОК 10.	Проектний менеджмент	4,0	Екзамен
ОК 11.	Бізнес-аналітика в умовах Big Data та AI	4,0	Екзамен
ОК 12.	Управління клієнтським досвідом	3,0	Залік
ОК 13.	Комплексна виробнича практика з фаху	9,0	Залік (д)
ОК 14.	Виробнича переддипломна практика	6,0	Залік
ОК 15.	Атестація здобувачів вищої освіти	11,0	Захист кваліфікаційної роботи магістра
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		67,0	
Загальний обсяг вибірових компонент:		23,0	3-5, Е-0
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90,0	3-11, Е-8, захист КРМ-1

*Вибіркові компоненти обираються здобувачами вищої освіти із каталогів загальної та фахової підготовки вибірових дисциплін ХДАЕУ, які в свою чергу щороку оновлюються та затверджуються рішенням Науково-методичної ради Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Методика формування переліків та процедура відбору вибірових компонентів (навчальних дисциплін вільного вибору) наведені у Положенні про вибірові дисципліни ХДАЕУ (2020 р.).

2.2 СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ДРУГОГО РІВНЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «Менеджмент диджитал-маркетингу»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Менеджмент диджитал-маркетингу» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальностями D3 Менеджмент та D5 Маркетинг проводиться у формі відкритого і публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра.

Атестація здобувачів вищої освіти спеціальностей D3 Менеджмент та D5 Маркетинг другого (магістерського) рівня здійснюється згідно діючих нормативних документів Херсонського державного аграрно-економічного університету:

- 1) Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу екзаменаційних комісій;
- 2) Положення про порядок перевірки наукових, навчально-наукових, навчально-методичних матеріалів на наявність плагіату;
- 3) Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної задачі або проблеми в сфері управління та адміністрування в сфері маркетингу, що потребує здійснення досліджень та/або інновацій і характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки.

Кваліфікаційна робота магістра допускається до захисту перед екзаменаційною комісією за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, що регламентується Положенням Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, запобігання академічного плагіату кваліфікаційні роботи мають бути розміщені на офіційному сайті або в репозитарії Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Завершується атестація випускників освітньо-професійної програми «Менеджмент диджитал-маркетингу» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальностями D3 Менеджмент та D5 Маркетинг видачею документу встановленого зразка про присудження здобувачу ступеня магістра із **присвоєнням кваліфікації: «Магістр менеджменту», «Магістр маркетингу».**

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

[illegible]

**5.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15
ПРН 1			+	+	+	+		+	+			+			
ПРН 2			+			+		+							
ПРН 3					+			+		+					
ПРН 4			+		+	+		+							
ПРН 5	+		+			+	+	+	+	+	+	+			
ПРН 6		+		+						+					
ПРН 7	+			+	+		+		+		+		+	+	+
ПРН 8		+				+	+			+	+		+	+	+
ПРН 9			+					+		+					
ПРН 10				+						+			+	+	+
ПРН 11			+		+					+					
ПРН 12			+	+	+				+						
ПРН 13				+		+		+				+			
ПРН 14						+		+		+					
ПРН 15				+		+		+					+	+	+
ПРН 16	+		+			+							+	+	+
ПРН 17				+			+	+	+		+	+			
ПРН 18				+		+		+			+				
ПРН 19				+	+			+			+	+			
ПРН 20		+		+		+		+				+			
ПРН 21	+				+		+		+		+				
ПРН 22							+	+			+		+	+	+