

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Вченої ради КНУТД

від «30» 06 2023 р. протокол № 11

Голова Вченої ради


Іван ГРИЩЕНКО

Введено в дію наказом ректора

від «14» 04 2023 р. № 213

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
КОМУНІКАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти другий(магістерський)

Ступінь вищої освіти магістр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Кваліфікація магістр маркетингу

Київ 2023

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
Комунікаційний маркетинг

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Ступінь вищої освіти магістр

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Проректор


29.06.2023 (дата)  (підпис) Людмила ГАНУЩАК-СФІМЕНКО (власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Директор НМЦУПФ

28.06.2023 (дата)  (підпис) Олена ГРИГОРЕВСЬКА (власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Схвалено Вченою радою факультету управління та бізнес-дизайну
(повна назва факультету)
від «16» 06 2023 року, протокол № 12

Декан факультету управління та бізнес-дизайну
(повна назва факультету)

16.06.2023 (дата)  (підпис) Олександра ОЛЬШАНСЬКА (власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри маркетингу та комунікаційного
дизайну

(повна назва кафедри)
«31» 05 2023 року, протокол від № 11

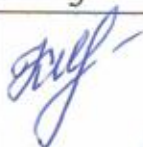


Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну
(повна назва кафедри)

31.05.2023 (дата)  (підпис) Ігор ПОНОМАРЕНКО (власне ім'я ПРІЗВИЩЕ)

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО: Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБНИКИ:

Група забезпечення освітньої програми*	ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис	Дата
1	2	3	4
Гарант освітньої програми	Квіта Галина Миколаївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		1.09.2023
Робоча група	Євсейцева Олена Сергіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		10.09.2023
	Зимбалецька Юлія Вікторівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну		10.09.2023

РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ:

1. КУНИЦЬКА Анна, директор КП КНП «Центр комунікацій»;
2. ЛЕЛЮК Роман, директор департаменту, Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради, управління інформаційної політики та комунікацій;
3. ТРАЙС Дітріх, генеральний директор, ТОВ «УІФК-Агро»;
4. СЕНЧА Марія, директор креативної агенції «АЙДЕН.ТІМ».

1. Профіль освітньо-професійної програми Комунікаційний маркетинг

1.1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Київський національний університет технологій та дизайну Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Комунікаційний маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми УД № 11007732 від 08.01.2019 р.
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України – 7 рівень
Передумови	Ступінь бакалавра, магістра або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста
Мова викладання	українська
Строк дії сертифіката про акредитацію освітньої програми	до 01.07.2025 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://knutd.edu.ua/ekts/
1.2 - Мета освітньої програми	
Забезпечити підготовку висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, які здатні 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	
1.3 Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p>

	<p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності.</p> <p>Обов'язкові освітні компоненти – 73%, з них: практична підготовка – 12%, вивчення іноземної мови – 6%, дипломне проєктування – 26%. Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти – 27% обираються із загальноуніверситетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна підготовки магістра.
Основний фокус освітньої програми	Акцент робиться на формуванні та розвитку професійних компетентностей у сфері маркетингу: вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів.
Особливості освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» спрямована на підготовку фахівців високого рівня, які володіють актуальними знаннями і практичними навичками у сфері ефективного управління маркетинговою комунікаційною діяльністю підприємств. При реалізації програми значна увага приділяється застосуванню новітніх маркетингових комунікаційних технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки.
1.4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники отримують можливість працевлаштування на підприємствах (організаціях, установах) різних форм власності в області маркетингу на посадах визначених чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) в межах відповідної спеціальності та обіймати посади в інших секторах економіки.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на програмою третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
1.5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Використовується студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, навчання через виробничу практику та самонавчання. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти.
	Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне, практична підготовка, самостійна робота, консультація.
Оцінювання	Усні та письмові іспити, заліки, тестування, звіти практики, есе, презентації, доповіді, курсова робота, кваліфікаційна робота.

1.6 - Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність (ІК)	ІК	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК 2	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
	ЗК 3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
	ЗК 4	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
	ЗК 5	Навички міжособистісної взаємодії.
	ЗК 6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
	ЗК 7	Здатність проявляти ініціативу та підприємливість.
	ЗК 8	Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Фахові компетентності	ФК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
	ФК 2	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
	ФК 3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
	ФК 4	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
	ФК 5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
	ФК 6	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетингової діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
	ФК 7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
	ФК 8	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність її ефективність її функціонування.
	ФК 9	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
	ФК 10	Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової комунікаційної діяльності.
1.7 - Програмні результати навчання		
ПРН 1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	
ПРН 2	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	
ПРН 3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	

ПРН 4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН 5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
ПРН 6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН 8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН 10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта
ПРН 12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16	Визначати комунікаційні інструменти, організовувати та проводити комунікаційні заходи в залежності від суб'єкта ринкової діяльності, цілей та завдань підприємства, розраховувати та оцінювати ефективність проведення комунікаційних заходів підприємством

1.8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської, інноваційної та фахової роботи, іноземні лектори.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету.

1.9 - Академічна мобільність

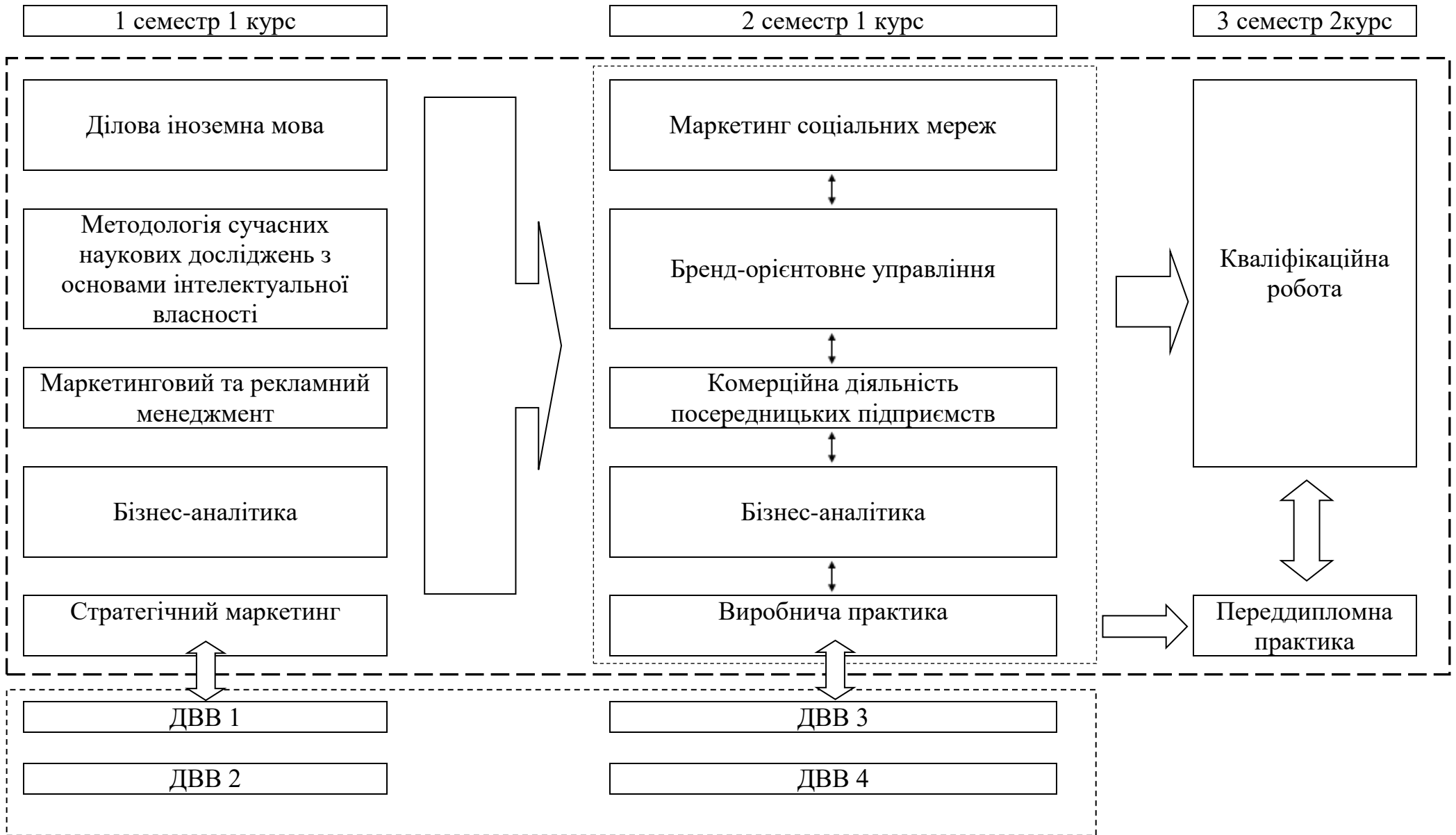
Внутрішня академічна мобільність	Передбачає можливість академічної мобільності за деякими освітніми компонентами, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей.
Міжнародна кредитна мобільність	Програма розвиває перспективи участі та стажування у науково-дослідних проектах та програмах академічної мобільності за кордоном (Польща).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами.

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

2.1 Перелік компонентів освітньо-професійної програми (другий (магістерський) рівень вищої освіти)

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 ОПП			
ОК 1	Ділова іноземна мова (англійська, німецька, французька)	3	залік
ОК 2	Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	3	екзамен
ОК 3	Стратегічний маркетинг	3	екзамен
ОК 4	Маркетинг соціальних мереж	3	екзамен
ОК 5	Маркетинговий та рекламний менеджмент	5	екзамен
	Курсова робота	1	захист
ОК 6	Бізнес-аналітика	6	залік, екзамен
ОК 7	Бренд-орієнтовне управління	3	екзамен
ОК 8	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	3	екзамен
ОК 9	Виробнича практика	6	залік
ОК 10	Переддипломна практика	9	залік
ОК 11	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	21	атестація
Загальний обсяг обов'язкових компонентів ОПП		66	
Вибіркові компоненти ОПП			
ДВВ	Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти	24	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів ОПП			24
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП			90

2.2 Структурно-логічна схема підготовки магістра ОПІ Комунікаційний маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускника освітньої програми проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної складної задачі або проблеми в сфері маркетингової комунікаційної політики, що потребує досліджень та/або інновацій і характеризується невизначеністю умов та вимог. У кваліфікаційній роботі не повинно бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті або в репозиторії закладу вищої освіти. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснювати у відповідності до вимог чинного законодавства

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ПК	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ФК 1	ФК 2	ФК 3	ФК 4	ФК 5	ФК 6	ФК 7	ФК 8	ФК 9	ФК 10	
OK1	+					+	+				+									
OK2	+	+	+			+	+			+	+	+	+						+	
OK3	+	+	+		+			+	+				+	+	+	+	+			
OK4	+		+	+				+	+	+			+	+	+		+			+
OK5	+	+	+		+	+			+				+		+	+	+			+
OK6	+	+					+			+	+	+		+		+		+		+
OK7	+	+	+	+						+			+		+	+	+			+
OK8	+			+	+	+		+	+				+	+	+	+	+			
OK9	+	+		+						+	+			+					+	
OK10	+	+		+						+	+	+		+					+	+
OK11	+						+		+			+							+	+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	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
OK1					+			+							+	
OK2	+	+	+					+								
OK3				+			+				+	+				+
OK4		+				+	+									+
OK5						+			+	+				+		
OK6	+		+									+			+	
OK7		+							+				+			
OK8						+	+						+	+		
OK9	+												+			
OK10	+		+										+			
OK11			+		+						+				+	

Хронологія перегляду освітньої програми

Зміни внесені до освітньої програми відповідно до рішення вченої ради факультету управління та бізнес-дизайну:

1. Від 20 вересня 2023р., протокол № 3 (*Переглянуто гарант та робоча група. Відповідно до наказу № 260 від 01.09.2023р.: замінено гаранта Єсєйцеву О.С. на Квіту Г.М., члена робочої групи Шіковець К.О. на Зимбалевську Ю.В.*)

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Вченої ради КНУТД
від "30" 06 2023 р. протокол № 11

Голова Вченої ради
Іван ГРИЩЕНКО



Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет технологій та дизайну

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Рівень вищої освіти другий (магістерський) галузь знань 07 Управління та адміністрування
(назва рівня вищої освіти) (шифр і найменування галузі знань)

Освітня кваліфікація магістр
маркетингу

Спеціальність 075 Маркетинг
(код і найменування спеціальності)

(найменування спеціальності)

Освітня програма Комунікаційний маркетинг
(назва освітньої програми)

Строк навчання 1 рік 4 місяці
(роки і місяці)

Форма здобуття вищої освіти денна
(денна, вечірня, заочна, дистанційна)

На основі бакалавр, магістр, спеціаліст
(освітній рівень)

I. ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

Курс	Серпень				Вересень				Жовтень				Листопад				Грудень				Січень				Лютий				Березень				Квітень				Травень				Червень				Липень											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52				
1					•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	S	S	S	S	S	S	C	C	C	C	K	K	K	K	V	V	V	V	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	S	S	C	C	K	K	K	K
2	П	П	П	П	П	П	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	А	А																																					

ПОЗНАЧЕННЯ: • – теоретичне навчання; s - індивідуальні завдання та консультації; С – екзаменаційна сесія (в т.ч. додаткова для ліквідації академзаборгованостей); В-виробнича; П - переддипломна практика; К – канікули; д – дипломне проєктування; А – Атестація

II. ЗВЕДЕНІ ДАНІ, ТИЖНІ

Курс	Теоретичне навчання, індивідуальні завдання та консультації	Екзаменаційна сесія	Практика	Атестація	Виконання кваліфікаційної роботи	Канікули	Разом
1	31	5	4			8	48
2			6	2	12		20
Разом	31	5	10	2	12	8	68

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні
Виробнича	2	4
Переддипломна	3	6
		10

IV. АТЕСТАЦІЯ

Форма атестації (атестаційний екзамен, кваліфікаційна робота)	Семестр
Захист кваліфікаційної роботи	3

Шифр за ОП	НАЗВА ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА	Розподіл за семестрами				Кількість кредитів ECTS	Кількість годин					Розподіл годин на тиждень за курсами і семестрами			
		Екзамени	Заліки	Контрольні роботи, розрахунково-графічні роботи	Курсові роботи (проекти)		Загальний обсяг	Аудиторних			Самостійна робота	1 курс		2 курс	
								у тому числі:				Семестри			
								лекції	лабораторні	практичні (семинарські)		1	2	3	
											Кількість тижнів в семестрі				
									12	12					
1. Обов'язкові компоненти освітньої програми															
ОК 1	Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	1				3	90	24	12		12	66	2		
ОК 2	Ділова іноземна мова		1			3	90	24			24	66	2		
ОК 5	Маркетинговий та рекламний менеджмент	1				5	150	36	12		24	114	3		
	Маркетинговий та рекламний менеджмент				КРФ	1	30					30			
ОК 8	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	2				3	90	24	12		12	66		2	
ОК 7	Бренд-орієнтовне управління	2				3	90	36	12		24	54		3	
ОК 6	Бізнес-аналітика	2	1			6	180	60	24		36	120	2	3	
ОК 3	Стратегічний маркетинг	1				3	90	36	12		24	54	3		
ОК 4	Маркетинг соціальних мереж	2				3	90	48	24		24	42		4	
ОК 9	Виробнича практика		2			6	180					180		В	
ОК 10	Переддипломна практика		3			9	270					270			П
ОК 11	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи					21	630					630			Д
Всього обов'язкових компонентів		7	4		1	66	1980	288	108	*	180	1692	12	12	
2. Вибіркові компоненти освітньої програми															
ДВВС	Дисципліна 1		1			6	180	36	12		24	144	3		
ДВВС	Дисципліна 2		1			6	180	36	12		24	144	3		

ДВВС	Дисципліна 3		2		6	180	36	12		24	144		3			
ДВВС	Дисципліна 4		2		6	180	36	12		24	144		3			
Всього вибірових компонентів			4		24	720	144	48		96	576	6	6			
Разом освітніх компонентів		7	8	1	90	2700	432	156		276	2268	18	18			
Загальна кількість кредитів												30	30	30		
Кількість годин на тиждень												18	18			
Кількість екзаменів		7											4	3		
Кількість заліків			8											4	3	1
Кількість курсових проєктів																
Кількість курсових робіт												1		1		

Схвалено Вченою радою факультету управління та
бізнес-дизайну
протокол від 8 лютого 2023 р. № 8

Директор НМЦУПФ

Олена ГРИГОРЕВСЬКА

Декан факультету управління та бізнес-
дизайну
Завідувач кафедри маркетингу та
комунікаційного дизайну

Олександра ОЛЬШАНСЬКА

Гарант освітньої програми

Ігор ПОНОМАРЕНКО

Погоджено
проректор

Людмила ГАНУЩАК-ЄФІМЕНКО

Олена ЄВСЕЙЦЕВА