

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
кваліфікація: «Магістр маркетингу»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Голова вченої ради
В.О. Онищенко /  /
(протокол № 11 від «22» 04 2017 р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 01.08.2017 р.
Ректор В.О. Онищенко /  /
(наказ № 04 від «18» 05 2017 р.)

Полтава 2017 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Кузняк Богдан Ярославович – гарант освітньо-професійної програми, керівник проектної групи, доктор економічних наук, професор;
2. Чичкало-Кондрацька Ірина Борисівна – член проектної групи, доктор економічних наук, професор;
3. Болдирєва Людмила Миколаївна – член проектної групи, кандидат економічних наук, доцент.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, кафедра міжнародної економіки та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – магістр, кваліфікація – магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки
Наявність акредитації	Акредитується вперше.
Цикл/рівень	FQ-ЕНЕА – другий цикл QF-LLL – 7 рівень НРК - (рівень Національної рамки кваліфікації) – 8 рівень.
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://pntu.edu.ua/uk
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Об'єкт вивчення – маркетинг на мікро- і макрорівнях Теоретичний зміст предметної області ґрунтується на поняттях, концепціях, принципах та їх використанні для управління системою маркетингу ринкового суб'єкта. Предметна область містить знання зі стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, логістичного менеджменту, рекламного менеджменту, бренд-менеджменту, маркетингу інновацій. Теоретична компонента складає 86,67%, у тому числі: – дисципліни загальної підготовки (глобальна економіка, соціальна відповідальність, етика міжнародного бізнесу, методологія наукових досліджень) – 13,33%; - дисципліни професійної підготовки (стратегічний маркетинг, логістичний менеджмент, рекламний менеджмент, маркетинговий менеджмент, діловий протокол та ін.) – 53,33%; – інше (виконання магістерської роботи) – 20,0%.</p> <p>Практична компонента – 13,33%, у тому числі: виробнича й переддипломна практики.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма магістра. Програма базується на сучасних підходах, методах і організаційно-технічних рішеннях й технологіях в області управління, економіки

	та маркетингу. Програма орієнтована на отримання актуальних в даній галузі знань і навичок, які сприятимуть успішній подальшій професійній або науковій кар'єрі в сферах: маркетингу, збутової діяльності, рекламної діяльності, паблік рилейшнз, мерчандайзингу.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища освіта в галузі управління та адміністрування зі спеціальності маркетинг.
Особливості програми	Програма розкриває перспективи сучасного маркетингу як на європейському, так і на світовому ринках, розвиває глибокі знання і критичний підхід до аналізу національного та регіональних ринків України. Особливістю програми є широке використання інформаційних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки Відмінність програми від інших: при реалізації даної програми значна увага буде надана формуванню стратегічного маркетингового мислення та комунікаційних навичок для ефективного проведення маркетингових досліджень на всіх типах ринків, для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістр здатен виконувати зазначену професійну роботу. Професійні назви робіт, коди і назви класифікаційних угруповань професій за Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010». Первинна посада – це посада, професійну діяльність за якою здатен виконувати випускник відповідного кваліфікаційного рівня відразу після закінчення закладу освіти. Відповідність компетенціям цієї посади гарантує Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка. Магістр маркетингу на первинних посадах самостійно виконує переважно евристичні, частково діагностичні професійні й соціально-виробничі завдання, робить складні економічні розрахунки, керує фахівцями нижчого посадового рівня. Професійні групи та назви робіт, які здатен виконувати магістр маркетингу: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів ▪ 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі ▪ 1452 Менеджер в оптовій торгівлі ▪ 1453.2 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами ▪ 1453.2 Менеджер в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами ▪ 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами ▪ 1454 Менеджер в роздрібній торгівлі продовольчими товарами ▪ 1475 Менеджери (управителі) з маркетингу ▪ 1475 Менеджер з маркетингу ▪ 1475.3 Менеджер (управитель) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки ▪ 1475.3 Керуючий відділом дослідження ринку та вивчення суспільної думки

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління ▪ 1475.4 Менеджер з логістики ▪ 1475.4 Менеджер з постачання ▪ 1475.4 Менеджер із збуту ▪ 1475.4 Менеджер із зв'язків з громадськістю ▪ 1475.4 Менеджер із зовнішньоекономічної діяльності ▪ 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами ▪ 1476.1 Менеджер з реклами ▪ 23 Викладачі ▪ 2310.2 Інші викладачі університетів та вищих навчальних закладів ▪ 2310.2 Асистент ▪ 2310.2 Викладач вищого навчального закладу ▪ 2320 Викладачі середніх навчальних закладів ▪ 2320 Викладач професійного навчально-виховного закладу ▪ 2320 Викладач професійно-технічного навчального закладу ▪ 241 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності підприємництва, фінансової діяльності, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності ▪ 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу ефективності підприємництва, фінансової діяльності, раціоналізації виробництва та інтелектуальної власності ▪ 2419.2 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність підприємництва, раціоналізація виробництва) ▪ 2419.2 Консультант з ефективності підприємництва ▪ 2419.2 Фахівець з ефективності підприємства ▪ 2419.2 Фахівець з методів розширення ринків збуту ▪ 2419.2 Фахівець – аналітик з дослідження товарного ринку ▪ 2433 Професіонали в галузі інформації та інформаційного аналізу ▪ 2433.1 Науковий співробітник (інформаційна аналітика) ▪ 2433.2 Аналітик консолідованої інформації ▪ 2441 Професіонали в галузі економіки ▪ 2441.1 Науковий співробітник (економіка) ▪ 2441.2 Консультант з економічних питань
Подальше навчання	<p>Програма орієнтована на продовження освіти й отримання вищих кваліфікаційних рівнів і наукових ступенів: третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, якому відповідає дев'ятий кваліфікаційний рівень Національної рамки кваліфікацій, з присудженням ступеня вищої освіти – доктор філософії.</p> <p>Можливо набуття кваліфікацій за іншими спеціалізаціями в системі післядипломної освіти.</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>У процесі викладання використовуються:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики оцінювання, моделювання та прогнозування розвитку маркетингової діяльності підприємств; - сучасні технології, що базуються на елементах проблемно-орієнтованого та студентсько-центрованого навчання, дистанційного навчання.
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЄКТС), національною 4-х бальною шкалою для екзамену і диференційованого заліку («відмінно», «добре»,</p>

	«задовільно», «незадовільно»).	
	Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: письмові та комбіновані (усно-письмові) екзамени, диференційовані заліки, звіти з практик, поточний та модульний контроль, курсові роботи, підготовка наочних презентацій, підготовка індивідуальних завдань, есе, звіти з практик, дипломна робота.	
6 – Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність	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	1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК 2	2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.
	ЗК 3	3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.
	ЗК 4	4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.
	ЗК 5	5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.
	ЗК 6	6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.
	ЗК 7	7. Здатність проведення наукових досліджень у сфері сучасного маркетингу на відповідному рівні
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК 1	1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу.
	ФК 2	2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу.
	ФК 3	3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.
	ФК 4	4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.
	ФК 5	5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
	ФК 6	6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.
	ФК 7	

	ФК 8	<p>7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.</p> <p>10. Здатність зробити внесок у розвиток теорії та практики маркетингу.</p> <p>11. Вміння готувати, презентувати та оприлюднювати результати наукових робіт у сфері сучасного маркетингу.</p> <p>12. Вміння застосовувати знання з педагогіки і психології у навчально-виховному процесі у вищих навчальних закладах освіти.</p>
	ФК 9	
	ФК 10	
	ФК 11	
	ФК 12	
7 – Програмні результати навчання		
ПРН 1		<p>1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>2. Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.</p> <p>3. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.</p> <p>4. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.</p> <p>5. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.</p> <p>6. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.</p> <p>7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.</p> <p>8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.</p> <p>11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та</p>
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		

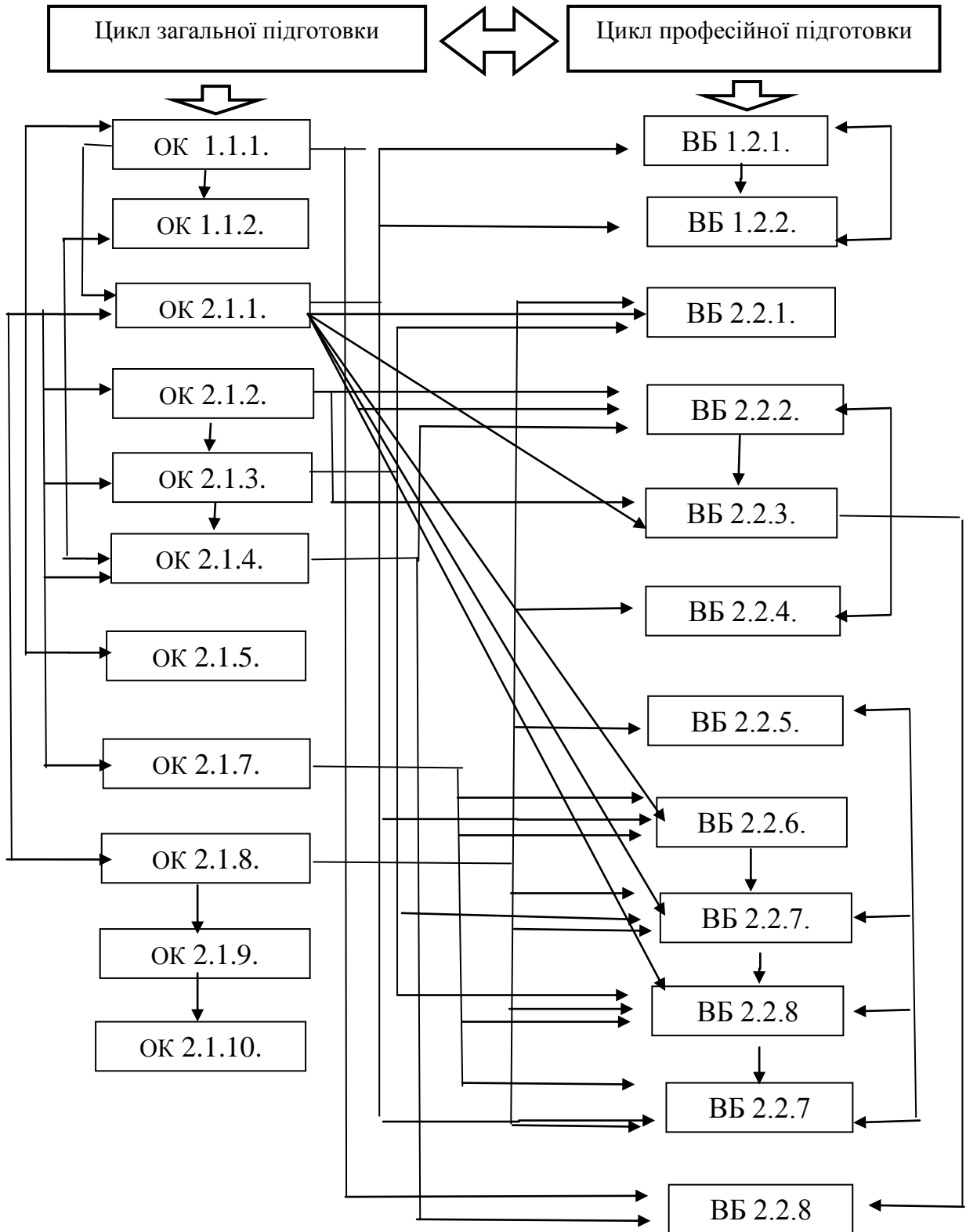
ПРН 16	показники її оцінювання.
ПРН 17	14.Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. 15.Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки. 16.Застосовувати наукові підходи і методи для генерування нових ідей та формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу. 17.Застосовувати педагогічні технології на рівні, достатньому для реалізації розроблених програм навчальних дисциплін за спеціальністю у вищих навчальних закладах.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Усі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. Згідно навчального плану кадрове забезпечення провадження освітньої діяльності складає: - дисципліни гуманітарної та соціально-економічної підготовки - докторів наук, професорів - 75 %, кандидатів наук, доцентів – 25 %; - дисципліни професійної підготовки - докторів наук, професорів - 25 %, кандидатів наук, доцентів – 60 %. В процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької/управлінської/інноваційної роботи та/або роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньо-професійною програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають існуючим нормативним актам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інструментарій та обладнання включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи (інформаційно-комунікаційні, інформаційно-пошукові, інформаційно-аналітичні) та інші програмні продукти, що застосовуються в маркетингу.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність для ВНЗ забезпечується співпрацею провідними ВНЗ України задля організації взаємного обміну студентами, викладачами та адміністративним персоналом відповідності до годи про співробітництво
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність для ВНЗ забезпечується співпрацею з європейськими університетами задля організації взаємного обміну студентами, викладачами та адміністративним персоналом за проектами міжнародної кредитної мобільності.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах додатковою мовною підготовкою.

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			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1.1.1	Глобальна економіка	4	екзамен
ОК 1.1.2	Методологія наукових досліджень	4	екзамен
Цикл професійної підготовки			
ОК 2.1.1	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 2.1.2	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 2.1.3	Рекламний менеджмент	5	екзамен
ОК 2.1.4	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК 2.1.5	Діловий протокол	5	екзамен
ОК 2.1.7	Бренд менеджмент	5	екзамен
ОК 2.1.8	Виробнича практика	9	залік
ОК 2.1.9	Переддипломна практика	3	залік
ОК 2.1.10	Виконання кваліфікаційної роботи	18	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66	
Вибіркові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
ВБ 1.2.1	Соціальна відповідальність	4	залік
ВБ 1.2.2	Етика міжнародного бізнесу		залік
Цикл професійної підготовки			
ВБ 2.2.1	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	залік
ВБ 2.2.2	Міжнародний менеджмент		залік
ВБ 2.2.3	Маркетингова політика розподілу	4	залік
ВБ 2.2.4	Концепції та стратегії розвитку економіки		залік
ВБ 2.2.5	Міжнародна інноваційна діяльність	4	залік
ВБ 2.2.6	Бізнес-планування		залік
ВБ 2.2.7	Товарна інноваційна політика	4	залік
ВБ 2.2.8	Планування у маркетингу		залік
ВБ 2.2.7	Маркетинг інновацій	4	залік
ВБ 2.2.8	Інноваційний розвиток підприємства		залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2 Структурно-логічна схема ОП



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

	ОК 1.1.1	ОК 1.1.2	ОК 2.1.1	ОК 2.1.2	ОК 2.1.3	ОК 2.1.4	ОК 2.1.5	ОК 2.1.7	ОК 2.1.8	ОК 2.1.9	ОК 2.1.10	ВБ 1.2.1	ВБ 1.2.2	ВБ 2.2.1	ВБ 2.2.2	ВБ 2.2.3	ВБ 2.2.4	ВБ 2.2.5	ВБ 2.2.6	ВБ 2.2.7	ВБ 2.2.8	ВБ 2.2.7	ВБ 2.2.8
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									+	+	+												

Гарант освітньо-професійної програми,
керівник проектної групи,
доктор економічних наук, професор



Кузняк Б. Я.