

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

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

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради



/ В.О. Онищенко

(протокол №10 від «26» 02 2020 р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 01.09.2020 р.

/ В.О. Онищенко

(наказ №37 від «11» 03 2020р.)

Полтава 2020 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Кузняк Богдан Ярославович – гарант освітньо-професійної програми, керівник проектної групи, д.е.н., професор;
2. Мокляк Мирослава Володимирівна – член робочої групи, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу;
3. Добрянська Вікторія Вікторівна – член робочої групи, к.т.н., доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу.

Зовнішні та внутрішні стейкхолдери, залучені до розробки освітньо-професійної програми:

Латиш Наталія Сергіївна – директор компанії Реклама «Есфі» Дизайн, директор Української асоціації візуальної індустрії

Сафонов Микола Сергійович – директор Фірми «Діамант» ЛТД

Передерій Ярослав Олександрович – випускник спеціальності 075«Маркетинг», 2020 р.

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет «Полтавська політехніка ім. Ю.Кондратюка», Навчально–науковий інститут фінансів, економіки та менеджменту, кафедра економіки, підприємництва та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – магістр, Освітня 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	Акредитована МОН України в 2018 р.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл QF-LLL – 7 рівень HPK - (рівень Національної рамки кваліфікації) – 8 рівень.
Передумови	Наявність ступеня бакалавра, магістра
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://nupp.edu.ua
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))	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 83.3 %, у тому числі: – дисципліни загальної підготовки (глобальна економіка, соціальна відповідальність, етика міжнародного бізнесу, методологія наукових досліджень) – 12,22%; - дисципліни професійної підготовки (стратегічний маркетинг, логістичний менеджмент, рекламний менеджмент, маркетинговий менеджмент, діловий протокол та ін.) – 67,8%; – інше (виконання магістерської роботи) – 20,0%. Практична компонента – 16,7 %, у тому числі: виробнича й переддипломна практики.
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	<p>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.</p> <p>Особливістю програми є широке використання інформаційних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки</p> <p>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.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Магістр здатен виконувати зазначену професійну роботу. Професійні назви робіт, коди і назви класифікаційних угруповань професій за Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010».</p> <p>Первинна посада – це посада, професійну діяльність за якою здатен виконувати випускник відповідного кваліфікаційного рівня відразу після закінчення закладу освіти. Відповідність компетенціям цієї посади гарантує Національний університет «Полтавська політехніка». 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.</p> <p>Професійні групи та назви робіт, які здатен виконувати магістр маркетингу:</p> <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 ▪ 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

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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
<p>Подальше навчання</p>	<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. Можливо набуття кваліфікацій за іншими спеціалізаціями в системі післядипломної освіти.</p>
<p>5 – Викладання та оцінювання</p>	
<p>Викладання та навчання</p>	<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.
<p>Оцінювання</p>	<p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЄКТС), національною 4-х бальною шкалою для екзамену і диференційованого заліку («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»).</p> <p>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 презентації, підготовка індивідуальних завдань, есе, звіти з практик, дипломна робота.</p>
<p>6 – Програмні компетентності</p>	
<p>Інтегральна компетентність</p>	<p>Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p>

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1	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
	ЗК 2	
	ЗК 3	
	ЗК 4	
	ЗК 5	
	ЗК 6	
	ЗК 7	
	ЗК 8	
Фахові компетентності спеціальності (СК)	СК 1	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. Додатково для освітньо-наукових програм: СК10.Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу. СК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти.
	СК 2	
	СК 3	
	СК 4	
	СК 5	
	СК 6	
	СК 7	
	СК 8	
	СК 9	
	СК 10	
	СК 11	
7 – Програмні результати навчання		
Р 1	Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері	
Р 2		

P 3	маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
P 4	P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
P 5	P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
P 6	P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
P 7	P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
P 8	P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
P 9	P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
P 10	P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
P 11	P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
P 12	P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
P 13	P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
P 14	P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
P 15	P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. 8 Додатково для освітньо-наукових програм
P 16	P16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.
P 17	P17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів.
P 18	P18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>Усі 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.</p> <p>Згідно навчального плану кадрове забезпечення провадження освітньої діяльності складає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 %. <p>В процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької/управлінської/інноваційної</p>
-----------------------------	---

	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 ЗВО забезпечується співпрацею провідними ЗВО України задля організації взаємного обміну студентами, викладачами та адміністративним персоналом відповідності до годи про співробітництво
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність для ЗВО 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.

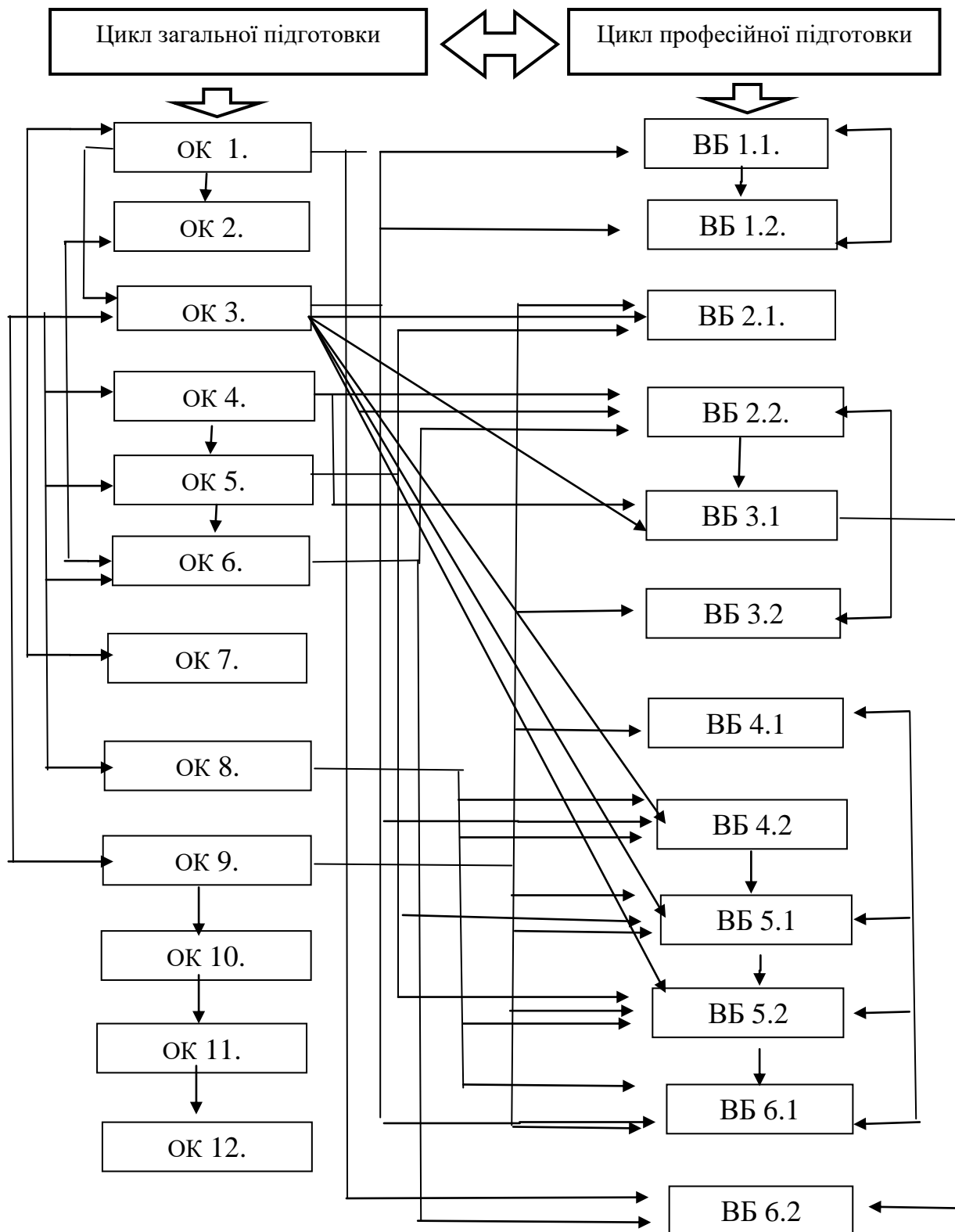
2. Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

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.	Концепції і стратегії розвитку економіки	4	екзамен
ОК 2.	Ділова іноземна мова	3	екзамен
Цикл професійної підготовки			
ОК 3.	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 4.	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 5.	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ОК 6.	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК 7.	Діловий протокол	5	екзамен
ОК 8.	Бренд менеджмент	4	екзамен
ОК 9.	Навчальна практика	3	залік
ОК 10.	Виробнича практика	9	залік
ОК 11.	Переддипломна практика	3	залік
ОК 12.	Виконання кваліфікаційної роботи	18	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66	
Вибіркові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
ВБ 1.1.	Основи наукових досліджень	4	залік
ВБ 1.2.	Управління проектами		залік
Цикл професійної підготовки			
ВБ 2.1.	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	залік
ВБ 2.2.	Бізнес-планування		залік
ВБ 3.1	Маркетингова політика розподілу	4	залік

ВБ 3.2	Планування в маркетингу		залік
ВБ 4.1	Інноваційне підприємництво	4	залік
ВБ 4.2	Міжнародний менеджмент		залік
ВБ 5.1	Товарна інноваційна політика	4	залік
ВБ 5.2	Цінові стратегії фірми		залік
ВБ 6.1	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	залік
ВБ 6.2	Інноваційний розвиток підприємства		залік
Загальний обсяг вибірових компонент:			24
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			90

2.2 Структурно-логічна схема ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випусників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням освітньої кваліфікації: Магістр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	ОК 9.	ОК 10.	ОК 11.	ОК 12.	ВБ 1.1.	ВБ 1.2.	ВБ 2.1.	ВБ 2.2.	ВБ 3.1.	ВБ 3.2.	ВБ 4.1.	ВБ 4.2.	ВБ 5.1.	ВБ 5.2.	ВБ 6.1.	ВБ 6.2.
Зк 1	+		+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Зк 2	+				+	+		+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Зк 3			+			+	+							+	+	+	+	+	+	+		+		+
Зк 4		+		+			+		+	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
Зк 5	+	+		+			+	+					+	+	+	+	+	+	+	+		+		+
Зк 6		+			+				+	+	+	+											+	
Зк 7		+					+		+	+	+	+										+		
Зк 8			+	+					+	+	+	+											+	
СК 1			+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК 2		+							+	+	+	+							+		+		+	
СК 3		+							+	+	+	+			+	+							+	
СК 4	+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+
СК 5			+	+	+	+	+	+								+	+	+				+	+	
СК 6				+	+	+											+	+					+	+
СК 7	+		+			+								+					+	+	+	+	+	+
СК 8			+	+	+	+		+											+	+	+			
СК 9				+	+	+		+						+			+	+					+	+
СК 10			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+
СК 11								+	+	+	+	+			+	+				+	+	+	+	+

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

	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	ОК 9.	ОК 10.	ОК 11.	ОК 12.	ВБ 1.1.	ВБ 1.2.	ВБ 2.1.	ВБ 2.2.	ВБ 3.1.	ВБ 3.2.	ВБ 4.1.	ВБ 4.2.	ВБ 5.1.	ВБ 5.2.	ВБ 6.1.	ВБ 6.2.	
Р 1								+	+	+	+						+			+	+	+	+	+	
Р 2		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+			+	+									
Р 3		+	+	+	+					+	+	+			+					+	+	+		+	
Р 4		+	+		+					+	+	+			+		+			+		+	+	+	+
Р 5			+			+						+					+	+	+	+	+	+	+	+	
Р 6	+						+						+	+		+			+						
Р 7			+	+	+	+			+			+				+				+		+			
Р 8			+			+									+	+				+		+			
Р 9									+			+							+		+		+		
Р 10							+					+	+	+				+							
Р 11			+			+			+	+	+	+			+							+	+		
Р 12				+	+	+						+				+									
Р 13			+							+	+	+						+		+		+			
Р 14		+	+	+	+	+						+						+							
Р 15			+						+	+	+									+		+			
Р 16		+	+	+	+	+						+													
Р 17									+	+	+	+													
Р 18			+	+					+	+	+	+										+			