

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ


УХВАЛЕНО

Вченою радою Запорізького
національного університету

Протокол № 10 від 25.04.2017

ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор Запорізького національного
університету

 М.О. Фролов



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ – ДРУГИЙ
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ - МАГІСТР
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ – 07 «УПРАВЛІННЯ І АДМІНІСТРУВАННЯ»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ – 075 «МАРКЕТИНГ»**

Запоріжжя

2017

РОЗРОБЛЕНО проектною групою з розробки освітньої програми «Маркетинг» відповідно до стандарту 075 Маркетинг, введеного в дію наказом МОН № 1343 від 05.12.2018 р.

Наказ ЗНУ № 104 від 18.03.2019

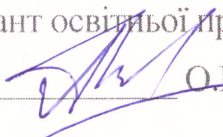
РОЗРОБНИКИ СТАНДАРТУ:

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Науковий ступінь, вчене звання
1.	Кендюхов Олександр Володимирович, керівник проектної групи (гарант освітньої програми)	д.е.н., професор кафедри економіки і маркетингу.
2.	Череп Олександр Григорович	к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і маркетингу;
3.	Щебликіна Інна Олександрівна	к.е.н., доцент кафедри економічна теорія

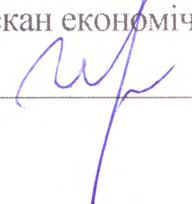
РОЗГЛЯНУТО на вченій раді економічного факультету ЗНУ

Протокол № 15 від 24 березня 2017 р

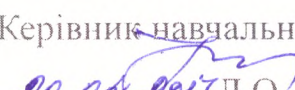
Гарант освітньої програми


О.В.Кендюхов

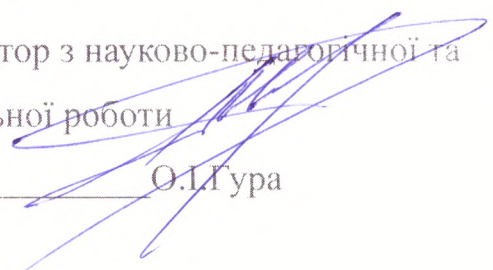
Декан економічного факультету


А.В.Череп

Керівник навчального відділу


І.О. Нестеренко

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи


О.І.Гура

ЗМІСТ

I. Преамбула.....	5
II. Загальна характеристика.....	5
III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти.....	6
IV. Перелік компетентностей випускника.....	6
V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	9
VI. Атестація здобувачів вищої освіти.....	10
VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.....	11
VIII. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма.....	11

I. Преамбула

Запорізький національний університет. «Маркетинг» освітньо-професійна програма.

Рівень вищої освіти Другий (магістрський)

Ступінь магістр

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма: Маркетинг

II. Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Другий (магістрський)
Ступінь, що присуджують	магістр
Назва галузі знань	07 «Управління та адміністрування»
Назва спеціальності	075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Форма навчання	Денна/заочна
Кваліфікація освітня, що присвоюється	Магістр з маркетингу
Кваліфікація Професійна	Маркетолог
Кваліфікація в дипломі	Магістр з маркетингу, маркетолог
Опис предметної області	<p>Об'єкти вивчення та діяльності: загальноекономічні та професійні знання, вміння та навички для виконання управлінських функцій та типових задач діяльності у сфері маркетингу.</p> <p>Цілі навчання: підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною),</p>

	<p>аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.</p> <p><u>Теоретичний зміст предметної області:</u> методи управління маркетинговою діяльністю підприємства; планування товарної інноваційної політики; рекламне забезпечення маркетингової діяльності; формування маркетингової стратегії і тактики фірми; розвиток маркетингу в умовах глобалізації, інформатизації, інтеграції та екологізації.</p> <p><u>Методи, методики та технології:</u> управління маркетинговою діяльністю на підприємстві; визначення цільової аудиторії реклами, розробка концепції рекламованого товару; вибір оптимальних каналів розподілу продукції, підбір посередників для збуту продукції; сучасні прийоми і методи управління; комплексна оцінка ринкової ситуації; прогнозування кон'юнктурних внутрішніх, міжнародних і світових товарних ринків.</p> <p><u>Інструменти або обладнання:</u> маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; Глобальна мережа. інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи.</p>
Академічні права випускників	Магістр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання в аспірантурі, а саме, має можливість продовження навчання за програмою третього ступеня.
Працевлаштування випускників (для регульованих професій-обов'язково)	<p>2419. Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>2419.1. Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)</p> <p>2419.2. Професіонали у сфері маркетингу,</p>

	ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2441. Професіонали в галузі економіки 2441.1. Наукові співробітники (економіка) 2441.2. Економісти
Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання	Диплом бакалавра, спеціаліста. Вступні іспити з фаху та іноземної мови. Решта вимог визначаються правилами прийому на освітню програму магістра.

III. Обсяг кредитів ЄКТС

Обсяг освітньої програми магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг»: 90 кредитів ЄКТС.

Нормативний термін навчання: 1,5 роки денна, 2 роки заочна

IV. Перелік компетентностей випускника

1.	Інтегральна компетентність	ІК1 Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу при здійсненні організаційно-економічної, управлінської та наукової діяльності на підприємствах, у торгівельних організаціях, службах постачання і збуту, консалтингових та рекламних фірмах, що передбачає проведення маркетингових досліджень та впровадження інновацій за невизначеності умов господарювання.
2.	Загальні компетентності	КЗ 1. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів. Уміння аналізувати і структурувати проблему підприємства і розробляти рішення (наприклад, входження на новий ринок). КЗ 2. Здатність до навчання та готовність підвищувати рівень своїх знань. КЗ 3. Здатність до самостійної роботи та

<p>2. Загальні компетентності</p>	<p>КЗ 1. Здатність до аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів. Уміння аналізувати і структурувати проблему підприємства і розробляти рішення (наприклад, входження на новий ринок).</p> <p>КЗ 2. Здатність до навчання та готовність підвищувати рівень своїх знань.</p> <p>КЗ 3. Здатність до самостійної роботи та</p>
	<p>самостійного приймання рішення, здатність нести відповідальність за їх реалізацію.</p> <p>КЗ 4. Здатність гнучко адаптуватися до різних професійних ситуацій, проявляти творчий підхід, ініціативу.</p> <p>КЗ 5. Здатність працювати в команді.</p> <p>КЗ 6. Здатність до усної комунікації іноземною мовою за професійним спрямуванням.</p> <p>КЗ 7. Здатність до системного мислення.</p> <p>КЗ 8. Здатність розуміти, використовувати та генерувати нові ідеї.</p> <p>КЗ 9. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їх правомочність. Уміння на основі інформаційного забезпечення та комп'ютерних технологій розробляти достатню кількість альтернативних варіантів рішень.</p> <p>КЗ 10. Здатність працювати з інформацією, зокрема в глобальних комп'ютерних мережах. Уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел. Уміння будувати комунікаційну мережу для обміну.</p>

3. Спеціальні (фахові, предметні) компетентності		<p>КС 1. Управлінська: здатність і готовність здійснювати управління (спрямування) ринковими та економічними процесами, а також процесами збору, аналізу та поширення інформації стосовно діяльності підприємства; здатність управляти проектами. Здатність управляти SEO-аналітикою.</p> <p>КС 2. Аналістична: Оцінювати і аналізувати кон'юктуру ринку, власні можливості фірми (виробничого, кредитно-фінансового, торговельно-збутового і трудового потенціалу фірми). Здатність аналізувати дані в Google Analytics.</p> <p>КС 3. Дослідницька: здатність і готовність аналізувати та оцінювати стан і розвиток ринкових відносин, економіки та соціополітики. Проводити спеціальні маркетингові дослідження базуючись на принципах збирання, обробки та зведення інформації.</p> <p>КС 4. Проектна: здатність і готовність розробляти моделі та готувати аналітичні звіти про сучасний стан та розвиток міжнародних відносин, розвиток ринкових відносин, економіки та соціополітики.</p>
		<p>Здатність створювати контекстну рекламу та працювати з соціальними мережами.</p> <p>КС 5. Організаційна: здатність і готовність розробляти системи заходів для забезпечення належного рівня маркетингової, економічної та технологічної діяльності господарюючих суб'єктів та контролюючих органів.</p> <p>КС 6. Контрольна: здатність і готовність здійснювати перевірку відповідності фактичного стану справ нормативним показникам, а також розробляти рекомендації щодо його покращення.</p>

	<p>КС 7. Діагностична: володіння теорією та методологією (принципами і методами) розпізнавання проблеми, виявлення характерних ознак ситуації; застосування цих методів та принципів, аналіз соціально-економічних та ринкових об'єктів, процесів, ситуацій, проблем, випадків, що розпізнають деформації та встановлюють їх причини.</p> <p>КС 8. Інформаційно-аналітична: здатність побудувати ефективну систему інформаційних ресурсів, необхідну для формування інформаційно-правової основи прийняття управлінських рішень; здатність визначати певний інформаційний ресурс у межах оперативного та стратегічного управління організацією; аналітичну здатність оперативно оцінювати ринкові стани; формування умінь на основі отриманої інформації формувати комплексні аналітичні висновки; здатність інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і використовувати отриману інформацію в контексті управлінського завдання або проблеми, що вирішується.</p> <p>КС 9. Правова: здатність складати дипломатичні документи, проекти угоди, контракти, програми заходів; уміння з правових позицій оцінювати суспільні події, використовувати у своїй роботі чинні міжнародні нормативно-правові акти.</p> <p>КС 10. Конфліктологічна: здатність до розпізнавання ознак конфлікту і навички організації взаємодії його учасників для утримання протиріччя в руслі продуктивного вирішення; вміння проектувати конфлікти, необхідні для досягнення результатів, а також створювати їх у ситуаціях професійної взаємодії; відповідні спеціальні знання та вміння, навички управління конфліктними явищами й усунення негативних наслідків конфліктів.</p>
--	--

**V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти,
сформульований у термінах результатів навчання**

Результати навчання	Шифр	Опис результату навчання
Знання	РНЗн	1. Знати теорію та методологію (принципи і

		<p>методи) розпізнавання проблеми у галузі маркетингової діяльності.</p> <p>2. Знати принципи та методи визначення проблем і їх причин, а також встановлювати причинно-наслідкові зв'язки в організації маркетингової діяльності.</p> <p>3. Знати методи та інструменти проведення маркетингових досліджень.</p>
Уміння	РНУ	<p>1. Уміти здійснювати розпорядництво матеріалами та ресурсами підприємства з метою забезпечення ефективної роботи в галузі маркетингу.</p> <p>2. Уміти інтерпретувати та критично оцінювати результати досліджень з метою прийняття оптимальних управлінських рішень в подальшому.</p> <p>3. Уміти планувати та структурувати заходи у межах професійної діяльності.</p> <p>4. Уміти оперативно аналітично оцінювати ринкові стани.</p> <p>5. Уміти побудувати ефективну систему інформаційних ресурсів, необхідну для формування інформаційно-правової основи прийняття управлінських рішень</p>
Застосування знань	РНЗЗ	<p>1. Володіння навичками здійснення управлінського впливу на маркетингові процеси та об'єкти.</p> <p>2. Вміння діагностувати маркетингову ситуацію і проводити маркетинговий аудит.</p> <p>3. Володіння навичками розробки маркетингових проектів, підготовки аналітичних звітів про сучасний стан та розвиток ринкових відносин, економіки та соціополітики.</p> <p>4. Володіння методами та навичками здійснення ефективного контролю маркетингової та інших видів професійної діяльності.</p> <p>5. Розробляти рекомендації ефективного усунення недоліків у маркетинговій роботі.</p>
Комунікація	РНК	<p>1. Навички спілкування, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою і за принаймні однією із поширених європейських мов.</p>

		<p>2. Володіння комплексом знань про функціонування масових комунікацій в суспільстві.</p> <p>3. Забезпечувати встановлення та підтримання взаємовідносин ділового партнерства із суб'єктами ринку.</p>
Автономія і відповідальність	РНАіВ	<p>1. Уміння розпізнавати конфлікти та утримувати їх в руслі продуктивного вирішення проблеми.</p> <p>2. Уміння проектувати конфлікти, необхідні для досягнення результатів, а також створювати їх у ситуаціях професійної взаємодії.</p> <p>3. Уміння складати дипломатичні документи, проекти угоди, контракти, програми заходів.</p> <p>4. Уміння з правових позицій оцінювати суспільні події, використовувати у своїй роботі чинні міжнародні нормативно-правові акти.</p>

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі: 1) комплексного кваліфікаційного екзамену 2) публічного захисту
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Допускається не регламентувати обсяг (кількість сторінок) та структуру роботи.</p> <p>До захисту допускаються здобувачі ступеня магістру які виконали роботу самостійно з дотриманням кваліфікаційних вимог.</p>
Вимоги до атестаційного кваліфікаційного екзамену (екзаменів)	Програма комплексного екзамену визначається загально-професійними і спеціалізовано-професійними компетентностями випускників, які підлягають оцінюванню відповідно до затвердженої спеціалізації.
Вимоги до публічного захисту	Захист відбувається публічно на засіданні екзаменаційною комісією, за попередньо зазначеним графіком, у встановлені навчальним планом термін.

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

1.	Підходи до викладання та навчання.	Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, використанням кейс-методів, упровадженням інформаційно-комунікаційних технологій на основі інтернету, ділових ігор, тренінгів, що розвивають навички та творчі здібності маркетологів, уміння працювати в команді, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання.
2.	Форми контролю	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за системою ECTS. Види контролю: поточний та підсумковий. Форми контролю: Поточний контроль - усне опитування, розв'язання ситуаційних вправ, оцінка роботи в малих групах, тестування в системі Moodle, захист індивідуальних завдань. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Державна атестація – підготовка та захист випускної роботи.

VIII. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

1. Закон України «Про вищу освіту» та інші нормативно-правові документи України в галузі вищої освіти
2. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010
3. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р., № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій»
4. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р., № 266 Перелік галузей знань і спеціальностей:
5. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації Академії педагогічних наук України / Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К.: ДП "НВЦ "Пріоритети", 2014. – 108 с.
6. Проектирование учебных и образовательных программ на основе методологии Тьюнинг /Методическое пособие / Под ред. А.К. Любимова.— Нижний Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2015. – 127с.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до освітньо-професійної програми Маркетинг

рівня вищої освіти: Другий

спеціальності 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Освітньо-професійна програма визначає «Маркетинг». Стандарти базуються на компетентнісному підході і поділяє філософію визначення вимог до фахівця, закладену в основу Болонського процесу та в міжнародному Проекті Європейської Комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING).

Матриця відповідностей визначених освітньо-професійною програмою

Таблиця 1

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
КЗ 1.	+	+		
КЗ 2.	+			
КЗ 3.	+			+
КЗ 4.				+
КЗ 5.			+	
КЗ 6.			+	
КЗ 7.	+	+		+
КЗ 8	+	+		
КЗ 9		+		+

K310		+		
Спеціальні (фахові) компетентності				
KC 1.	+	+		
KC 2.	+	+		
KC 3.	+	+		
KC 4	+		+	
KC 5.	+	+		
KC 5	+		+	
KC 6	+	+		+
KC7	+	+		
KC8			+	+
KC9		+		
KC10			+	+

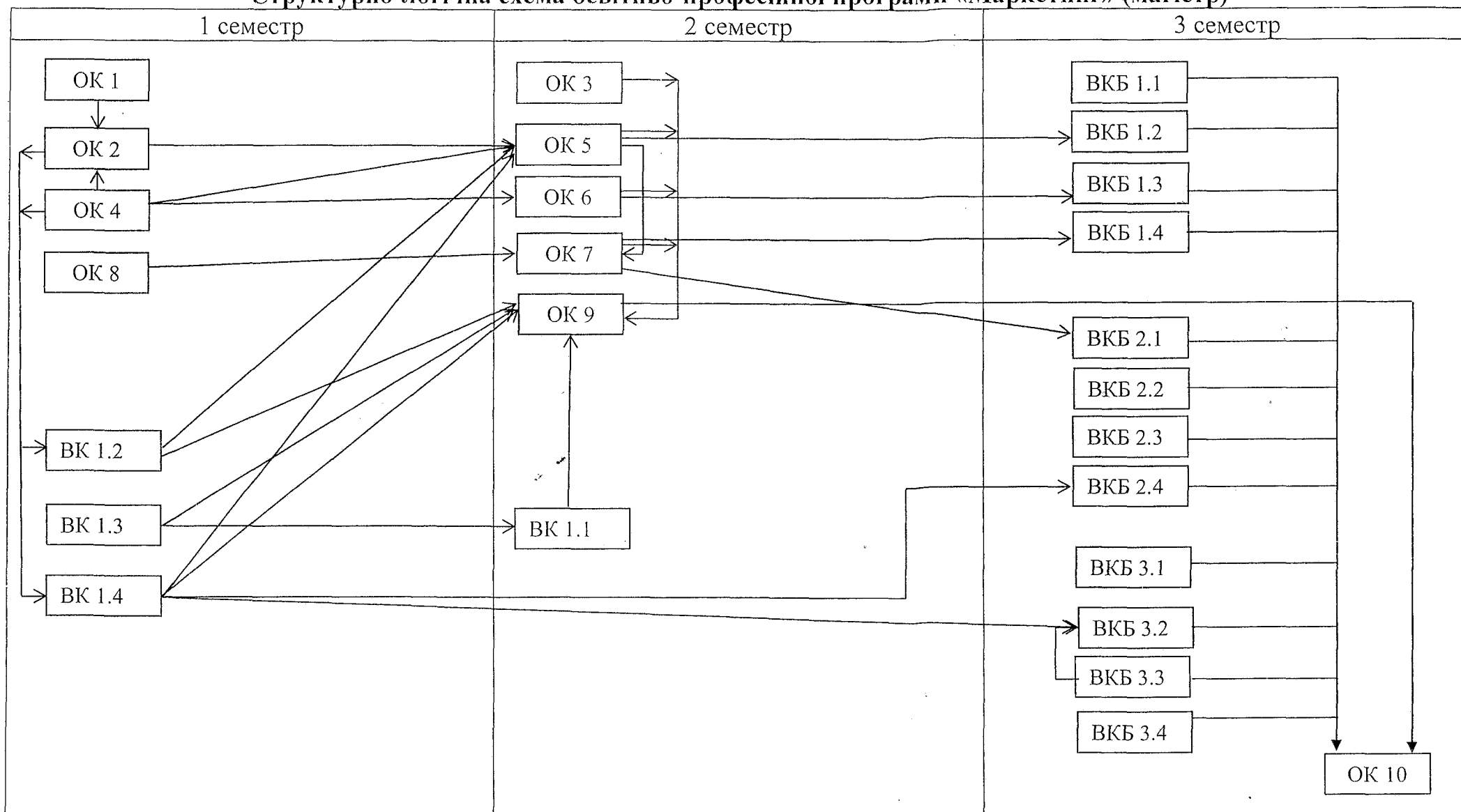
**Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг» підготовки магістра**

Код навч. дисц.	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (робота), види практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
ОК 1	Глобальна економіка	3	екзамен
ОК 2	Інноваційний розвиток підприємств	3	екзамен
ОК 3	Професійно-орієнтований практикум іноземною мовою	3	залік
ОК 4	Технологія розрахунків показників маркетингової ефективності	4	екзамен
ОК 5	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК 6	Статистична інформація та технології маркетингових досліджень	4	екзамен
ОК 7	Галузевий маркетинг товарів і послуг	3	екзамен
ОК 8	Товарна інноваційна політика	3	залік
ОК 9	Виробнича практика (за спеціалізацією)	6	залік
ОК 10	Кваліфікаційна робота магістра	12	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		45	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Вибірковий блок 1 (Дисципліни вибору вищого навчального закладу)			
ВК 1.1	Соціальна відповідальність у маркетингу	3	екзамен
ВК 1.2	Управління підприємницькою та фінансово-економічною діяльністю	6	залік
ВК 1.3	Маркетинг ринку праці	6	екзамен
ВК 1.4	Технологія розробки управлінських рішень	6	залік
Вибіркова компонента блок 1 (Дисципліни вільного вибору студента): Виробничий маркетинг			
ВКБ 1.1	Маркетинг B2B		
ВКБ 1.2	Стратегічний маркетинг	5	залік
ВКБ 1.3	Організація роботи відділу маркетингу	7	залік
ВКБ 1.4	Розроблення товарів	5	залік
Вибіркова компонента блок 2 (Дисципліни вільного вибору студента): Маркетинг на ринку кінцевого споживача			
ВКБ 2.1	Маркетинг B2C	5	залік
ВКБ 2.2	Мерчандайинг	7	залік
ВКБ 2.3	Digital-маркетинг	5	залік
ВКБ 2.4	Оптимізація маркетингових рішень	7	залік
Вибіркова компонента блок 3 (Дисципліни вільного вибору студента): Реклама та зв'язки з громадськістю			
ВКБ 3.1	Event-маркетинг та рекламний креатив	5	залік
ВКБ 3.2	Організація роботи PR-компанії	7	залік
ВКБ 3.3	Прикладні технології маркетингових комунікацій	5	залік
ВКБ 3.4	Інтернет-технології в маркетингу	7	залік
Загальний обсяг вибірових компонентів:		45	

Загальний обсяг освітньо-професійної програми	90	
---	----	--

Таблиця 4

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг» (магістр)



Гарант освітньої програми

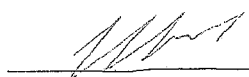
 М.М. Іванов

Table 5

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	ББ1.1	ББ1.2	ББ1.3	ББ1.4	ББ2.1.1	ББ2.1.2	ББ2.1.3	ББ2.1.4	ББ2.2.1	ББ222.2	ББ2.2.3	ББ2.2.4	ББ2.3.1	ББ2.3.2	ББ2.3.3	ББ2.3.4
IK1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3K1	x	x				x				x		x		x	x		x			x		x				
3K2	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3K3				x					x	x						x		x	x		x	x				
3K4	x				x		x	x	x		x		x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3K5					x							x		x		x	x	x				x	x	x		
3K6			x												x				x		x		x	x		x
3K7	x								x	x	x	x		x		x									x	
3K8								x						x		x	x	x						x		x
3K9		x			x							x		x						x	x	x			x	x
3K10															x				x		x		x		x	x
ФК1											x	x		x			x									

Таблица 5 (Прод.)

ФК 2	x	x		x	x		x		x	x			x		x			x		x					
ФК 3	x					x				x			x					x		x			x		
ФК 4														x					x	x	x				x
ФК 5					x		x		x	x	x													x	
ФК 6				x								x		x			x			x		x			
ФК 7														x					x		x		x		
ФК 8														x					x				x		x
ФК 9												x		x			x								
ФК 10																	x	x							