

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДонНУЕТ

Протокол № 4 від "04" 04 2016 р.

В.о. ректора ДонНУЕТ



О.Б. Чернега

набуває чинності згідно з наказом ректора

№ 64 від "04" 04 2016 р.

Освітня програма вводиться в дію

з 01.09.2016

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Другого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: магістр з маркетингу

Зі змінами:

1. Рішення Вченої ради ДонНУЕТ (Протокол №10 від 07.03.2017 р.), Наказ №47 від 07.03.2017 р.
2. Рішення Вченої ради ДонНУЕТ (Протокол №8 від 29.01.2018 р.), Наказ №24 від 02.02.2018 р.

Розроблено проектною групою у складі:

1. Чернега О.Б. д.е.н., професор – гарант освітньої програми
2. Іванова Н.С., к.е.н., доцент
3. Маловичко С.В., д.е.н., доцент

I. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075«МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація

Кваліфікація

магістр з маркетингу

Тип диплома

одиничний

Обсяг програми

90 кредитів ЄКТС

Нормативний термін навчання

1,5 роки

Рівень

магістр (другий цикл вищої освіти)

Передумови

наявність ступеня бакалавра

Мова викладання

українська

2 - Мета освітньої програми

Надати студентам глибокі наукові, спеціалізовані знання з маркетингу для ефективного управління маркетинговою діяльністю з акцентом на критичному мисленні та практичних навиках дослідження в предметній області, розвитком компетентностей, необхідних для викладання та здійснення дослідницької діяльності з широким доступом до працевлаштування і самореалізації у суспільстві

3 – Характеристика освітньої програми

Характеристика програми (програмні області, які формують основу програми)

Міжнародний маркетинг, іноземна мова та наукова підготовка з маркетингу (8:13:79)

Основний фокус освітньої програми

Спеціальна

Орієнтація освітньої програми

Освітньо-наукова програма з академічною орієнтацією на сучасні особливості маркетингу

Особливості програми

Програма розвиває перспективи практичної підготовки фахівців у сфері маркетингу з урахуванням розвитку науки, вимог ринку праці, націлює на використання сучасних маркетингових технологій та виконується в активному дослідницько-практичному середовищі

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Здатність до працевлаштування (потенційні галузі/сфери працевлаштування випускників) та подальшого навчання

Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми господарювання. Магістр з маркетингу має високий рівень науково-практичної підготовки, спеціальні знання, поглиблену спеціалізовану фахову підготовку, що дозволяє обіймати такі посади: директор департаменту маркетингу, консультант з маркетингу, менеджер з маркетингу, генеральний менеджер, менеджер із збуту, менеджер із зв'язків з громадськістю, начальник агентства, начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю), начальник відділу збуту, представник з реклами, рекламист, рекламний агент, торговець (обслуговування бізнесу та реклами), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, фахівець з корпоративного управління, фахівець з методів розширення ринку збуту, фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою.

Подальше навчання

Випускники, які успішно опанували освітньо-професійну програму магістра, можуть продовжувати навчання в аспірантурі.

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання

Лекції, семінарські заняття, тренінги, переддипломна практика, самостійна робота (підготовка есе, рішення кейсів та ситуаційних завдань, написання наукових тез доповідей, презентацій, рефератів, дипломної роботи)

Оцінювання

Письмові екзамени, заліки, захист переддипломної практики, атестаційний екзамен, захист дипломної роботи

6 – Програмні компетентності

№	Компетентність
Загальні компетентності (ЗК)	
1	Популяризаційні навички. Здатність провести усну презентацію та написати зрозумілу статтю за результатами проведених досліджень, а також щодо сучасних концепцій у маркетингу для загальної публіки (не фахівців)
2	Креативність. Потенціал креативності у генеруванні ідей та досягненні наукових цілей. Здатність генерувати принципово нові ідеї, що дозволяють ефективно здійснювати маркетингову діяльність підприємства, а також вміння аналітичної, експериментальної та асоціативної творчої роботи у сфері маркетингу
3	Етичні зобов'язання. Демонструвати прихильність до етичних зобов'язань, етики поведінки в наукових дослідженнях, інтелектуальну чесність. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.
4	Здатності аналізу даних. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу. Компетентність аналізувати дані проведених досліджень, які можуть вимагати застосування прикладного програмного забезпечення маркетингової діяльності. Здатність використовувати наукові терміни, правильно формулювати задачу та робити обґрунтовані висновки, використовувати потрібну інформацію та методологію.
5	Критичність та самокритичність. Здатність думати науковими термінами, формулювати задачу, для її вирішення та досягнення обґрунтованого висновку збирати дані, використовувати потрібну інформацію та методологію. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.
Фахові компетентності (ФК)	
1	Інтегративна компетентність. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій. Здатність до інтеграції знань, умінь і навичок та їх ефективного використання в умовах швидкої адаптації підприємств, установ та організацій сфери маркетингу до вимог зовнішнього середовища, розуміння принципів маркетингу та їх зв'язок із бізнес-технологіями та управлінськими знаннями. Здатність застосовувати концептуальні знання у сфері маркетингу, здобуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності в галузі товарної політики.
2	Дослідницькі навички. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки. Застосовувати наукові підходи і методи для генерування нових ідей та формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу. Здатність формулювати та обґрунтовувати (розробляти презентації, або представляючи звіти) нові концептуальні засади теорії маркетингу, систематизувати наукові підходи до розуміння маркетингу, інтерпретувати зміст концепцій.
3	Викладацькі навички. Застосовувати педагогічні технології на рівні, достатньому для реалізації розроблених програм навчальних дисциплін за спеціальністю у вищих навчальних закладах. Здатність аналізувати шляхи, якими викладацькі навички використовуються на практиці, ефективно застосовуючи основні педагогічні концепції
4	Розвинуті комунікаційні навички. Здатність розуміти шляхи практичного використання комунікаційних навичок, ефективно застосовуючи комунікаційні концепції. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу
5	Застосування спеціальних знань. Здатність ефективно використати на практиці концепції

	маркетингу. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
6	Уміння учитися. Здатність сприймати новоздобуті знання в області маркетингу та інтегрувати їх із уже наявними. Здатність впорядковувати, узагальнювати та концептуалізувати багатоманітний матеріал спостережень щодо маркетингу. Здатність до саморозвитку, підвищення кваліфікації, удосконалення професійної діяльності в маркетингу.

7 - Програмні результати навчання (ПРН)

1. Розуміти та аналізувати глобальні економічні процеси та визначати їх вплив на маркетингову діяльність підприємств. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
2. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Глибокі знання та розуміння управління якістю, стратегічного управління, стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, що формують базис для здійснення ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства.
3. Здатність продемонструвати знання і розуміння специфіки бренд-менеджменту, товарної інноваційної політики, логістичного менеджменту, експертиза товарів що дозволить забезпечити сучасний рівень практичної підготовки випускників до професійної діяльності у сфері маркетингу.
4. Широке уявлення та розуміння різних теорій в області міжнародного маркетингу та конфліктології. Здатність розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності в міжнародному середовищі, аналізувати та контролювати маркетингову діяльність підприємства на міжнародному ринку.
5. Здатність знайти відповідні наукові джерела, робити огляд інформації в спеціалізованій літературі, використовуючи різноманітні ресурси: журнали, бази даних, он-лайн ресурси.
6. Глибоке уявлення про те, як науковий аналіз та рішення задач можуть бути використані для конкретних навчальних програм та поза їх межами. Уміння визначати науково-дослідні завдання, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки; застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.
7. Здатність підготувати та успішно захистити магістерську роботу на основі індивідуальних досліджень, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.

8 - Модуляризація програми

Кожна одиниця програми має довільний вимір (не менш 3 кредитів).

Одному кредиту ЕКТС відповідають 30 год. загального навчального навантаження студента. Один семестр – 30 кредитів, навчальний рік – 60 кредитів.

II. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕІЙНОЇ/НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

Перелік компонентів ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОПП1	Управління якістю	6	екзамен
ОПП2	Товарна інноваційна політика	6	екзамен
ОПП3	Логістичний менеджмент	6	екзамен
ОПП4	Стратегічне управління	6	екзамен
ОПП5	Бренд-менеджмент	7	екзамен
ОПП6	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОПП7	Переддипломна (виробнича)	9	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		46	
Вибіркові компоненти ОП			
ВПП1	Наукова українська мова	6	залік
ВПП2	Експертиза товарів		
ВПП3	Методологія наукових досліджень	5	залік
ВПП4	Управління проектами		
ВПП5	Маркетинговий менеджмент	6	залік
ВПП6	Конфліктологія		
ВПП7	Іноземна мова (поглиблений курс)	6	залік
ВПП8	Міжнародний маркетинг		
Загальний обсяг вибіркового компонент		23	
Атестація			
	Атестаційний екзамен	1,5	екзамен
	Виконання та захист дипломної роботи	19,5	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

III. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену з дисциплін: «Стратегічне управління», «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Логістичний менеджмент» і публічного захисту кваліфікаційної роботи, та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр з маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

IV. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ x КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОПП1	ОПП2	ОПП3	ОПП4	ОПП5	ОПП6	ОПП7	ВПП1	ВПП2	ВПП3	ВПП4	ВПП5	ВПП6	ВПП7
ЗК1			*	*	*	*				*				
ЗК2	*		*	*	*	*	*					*		
ЗК3									*				*	*
ЗК4	*	*	*	*	*	*	*	*			*			
ЗК5		*		*	*			*		*	*	*		
ФК1	*	*	*	*	*	*		*				*		
ФК2	*		*		*	*		*			*	*		
ФК3									*				*	*
ФК4	*			*	*	*	*		*	*		*	*	*
ФК5	*	*	*		*	*	*			*	*			
ФК6	*	*	*	*	*		*	*	*	**			*	*

V. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОПП1	ОПП2	ОПП3	ОПП4	ОПП5	ОПП6	ОПП7	ВПП1	ВПП2	ВПП3	ВПП4	ВПП5	ВПП6	ВПП7
ПРН1	*			*		*		*	*	*		*		
ПРН2		*	*		*			*						
ПРН3													*	*
ПРН4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ПРН5		*	*	*	*	*	*		*	*	*	*		*
ПРН6	*	*	*			*	*			*	*	*		