

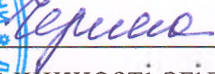
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДонНУЕТ

Протокол № 17 від "28" травня 2020 р.

В.о. ректора ДонНУЕТ

 О.Б. Чернега
набуває чинності згідно з наказом ректора

№ 80 від "28" травня 2020 р.
Освітня програма вводиться в дію

з 01.09.2020р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Другого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: магістр з маркетингу

Кривий Ріг

Склад групи забезпечення освітньої програми:

1. Карабаза І. А., к.е.н., доцент – гарант освітньої програми
2. Іванова Н. С., к.е.н., доцент
3. Маловичко С.В., к.е.н., доцент

I. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація

Кваліфікація

магістр маркетингу

Тип диплома

одиничний

Обсяг програми

90 кредитів ЄКТС

Нормативний термін навчання

1,4 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 розв'язання складних задач і проблем в сфері маркетингу в професійній діяльності 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)

іноземна мова та наукова підготовка з маркетингу (8:92)

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, самостійна робота (підготовка есе, рішення кейсів та ситуаційних завдань, написання наукових тез доповідей, презентацій, рефератів, дипломної роботи)

Оцінювання

Екзамени, заліки, захист дипломної роботи

6 – Програмні компетентності

№	Компетентність
Загальні компетентності (ЗК)	
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.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	
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.
СК10	Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.

7 - Програмні результати навчання (Р)

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 маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

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	Товарна інноваційна політика	5	екзамен
ОПП2	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОПП3	Сталий розвиток	5	екзамен
ОПП4	Наукова українська мова	5	залік
ОПП5	Управління якістю	5	екзамен
ОПП6	Міжнародний маркетинг	5	екзамен
ОПП7	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОПП8	Іноземна мова (поглиблений курс)	5	залік
ОПП9	Переддипломна (виробнича)	3	залік
ОПП10	Управління стратегічними змінами	5	залік

ОПП11	Діджиталізація бізнесу та цифрові трансформації сучасності	5	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		53	
Вибіркові компоненти ОП			
ВПП1	Управління міжнародною конкурентоспроможністю	5	екзамен
ВПП2	Міжнародні стратегії економічного розвитку		
ВПП3	Бренд-менеджмент	5	екзамен
ВПП4	Міжнародна інформація		
ВПП5	Методологія наукових досліджень	5	залік
ВПП6	Соціальний маркетинг		
ВПП7	Стратегічні рішення	5	екзамен
ВПП8	Проектний менеджмент		
ВПП9	Управлінський облік	5	залік
ВПП10	Логістичний менеджмент		
Загальний обсяг вибірових компонент		25	
Атестація			
	Виконання та захист дипломної роботи	12	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

III. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

IV. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ x КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОПП1	ОПП2	ОПП3	ОПП4	ОПП5	ОПП6	ОПП7	ОПП8	ОПП9	ОПП10	ОПП11	ВПП1	ВПП2	ВПП3	ВПП4	ВПП5	ВПП6	ВПП7	ВПП8	ВПП9	ВПП10	
ЗК1	*	*			*	*	*			*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*	*
ЗК2	*	*	*		*	*	*			*		*	*	*			*	*	*			*
ЗК3					*				*									*				
ЗК4	*	*				*	*			*	*											*
ЗК5				*				*	*							*	*					
ЗК6	*		*	*					*			*	*			*					*	
ЗК7	*					*	*			*				*			*	*				*
ЗК8	*	*			*	*	*			*								*	*			
СК 1	*	*				*	*										*		*			
СК 2		*				*	*		*					*			*	*				
СК 3		*					*		*	*			*	*			*	*	*			*
СК 4	*		*							*	*	*	*	*	*	*	*			*		
СК 5		*				*	*							*					*			
СК 6		*			*							*							*			
СК 7						*	*										*	*				
СК 8					*		*		*										*			*
СК 9	*			*	*			*	*	*	*				*	*						*
СК 10				*	*			*	*		*					*						*

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

	ОПП1	ОПП2	ОПП3	ОПП4	ОПП5	ОПП6	ОПП7	ОПП8	ОПП9	ОПП10	ОПП11	ВПП1	ВПП2	ВПП3	ВПП4	ВПП5	ВПП6	ВПП7	ВПП8	ВПП9	ВПП10	
P1	*	*				*			*								*					
P2			*			*	*		*										*	*		
P3						*	*												*			
P4	*								*	*				*					*			
P5				*				*	*													
P6		*			*								*								*	
P7		*			*					*				*					*			
P8				*				*	*								*					
P9	*	*					*			*			*		*				*		*	*
P10	*	*					*					*	*						*	*		
P11							*											*				*

P12		*								*									*		*
P13		*											*								*
P14							*					*		*			*				
P15								*		*	*			*	*					*	