

Міністерство освіти і науки України
Таврійський державний агротехнологічний університет

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: «Магістр з маркетингу»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ
РАДОЮ ТДАТУ

голова вченої ради, д.т.н.,
професор

В.М. Кюрчев

(протокол №11 від 26.04.2017р.)

Освітня програма вводиться в дію з
01.09.2017 р.



Мелітополь, 2017

Передмова

Розроблено робочою групою викладачів кафедри маркетингу у складі:

Легеза Д.Г. керівник проектної групи (гарант освітньої програми) доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.

Шквиря Н.О. кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.

Куліш Т.В. кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.

Арестенко Т.В. кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету.

**1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ЗІ
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»**

1- Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Таврійський державний агротехнологічний університет Факультет економіки та бізнесу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригінала	Ступінь вищої освіти - магістр Кваліфікація - магістр з 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	Сертифікат про акредитацію від 21.08.2017 р. НД №0891005 дійсний до 01 липня 2018р. Сертифікат про акредитацію від 03.01.2018 р. УД №08000030 дійсний до 01 липня 2027р.
Цикл/Рівень	НРК України – 7 рівень FQ ENEA – перший цикл, EQF LLL – 7 рівень;
Передумови	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	2017-2019 рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.tsatu.edu.ua/pro-universytet/ofciini-dokumenty/licenzuvannja/
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка магістрів із 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,	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування. Спеціальність – 075 Маркетинг.

спеціалізація)	
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна.
Освітній фокус освітньої програми	Спеціальна, в галузі 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, рекламний менеджмент, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент, логістичний менеджмент, міжнародний маркетинг
Особливості програми	Програма орієнтується на сучасні наукові дослідження в галузі маркетингу, враховує специфіку використання маркетингу в управлінні підприємств з метою проведення аналітичних досліджень і розробки маркетингових стратегій, орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких студент визначає професійну та наукову кар'єру. При реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх маркетингових технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки. Програма передбачає обов'язковою умовою проходження виробничої практики на сільськогосподарських та переробних підприємствах.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за: "Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010": 1233 – директор з маркетингу; начальник відділу збуту (маркетингу) 1234 – начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 2419.2 – консультант з маркетингу 1475 – менеджер (управитель) з маркетингу 2419.1 – молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 3429 – торговець (обслуговування бізнесу та реклами) 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку (маркетолог); рекламист; економіст зі збуту

	<p>1317 – директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної та ін.); керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним та ін.).</p> <p>1476.1 – менеджер (управитель) з реклами</p> <p>1475.4 – менеджер (управитель) із збуту</p> <p>3419 – організатор із збуту</p> <p>2310.2 – викладач вищого навчального закладу</p> <p>Магістри з маркетингу можуть працювати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на підприємствах, фірмах, організаціях, установах фінансового та нефінансового сектору економіки; - у консалтингових та маркетингових установах; - у вищих навчальних закладах; - в органах державного управління; - у міжнародних та недержавних організаціях й установах.
Подальше навчання	Магістр із спеціальності «Маркетинг» має право продовжити навчання в аспірантурі, на третьому освітньо-кваліфікаційному рівні за спеціальності 075 «Маркетинг»
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, дистанційне навчання за допомогою системи Moodle, бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків, виробнича практика), самонавчання, навчання на основі власних досліджень, навчання під керівництвом викладача тощо.</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, використанням кейс-методів, упровадженням інформаційно-комунікаційних технологій на основі мережі Інтернет, ділових ігор, тренінгів, що розвивають навички та творчі здібності маркетологів, самостійного навчання тощо.</p>
Оцінювання	<p>Письмові экзамени, підсумкові модульні контрольні роботи, тестування, практичні завдання, кейси, презентації.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS).</p>
6 - Програмні компетентності	

Інтегральна компетентність	<p>ІК - Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення маркетингових досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. (ІК)</p>
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Здатність до проведення наукових досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації. ЗК 2. Здатність працювати в команді та автономно, налагоджувати міжособистісні взаємодії при вирішенні поставлених завдань. ЗК 3. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори ЗК 4. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовою за професійною спрямованістю ЗК 5. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності, застосування методів наукового пізнання, критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності ЗК 6. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК 7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу</p>
Фахові компетентності (ФК)	<p>ФК 1. Здатність використовувати сучасні методи та інструменти менеджменту (фінансового, логістичного, рекламного та ін.) для вирішення стратегічних і тактичних завдань маркетингової діяльності. ФК 2. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу ФК 3. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності ФК 4. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК 5. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків ФК 6. Здатність до застосування математичних методів, які використовуються в аналітичних маркетингових дослідженнях та під час пошуку оптимальних рішень ФК 7. Здатність формувати на підприємстві маркетингову політику (товарну, цінову, збутову та комунікаційну), націлену на досягнення стратегічних</p>

	<p>цілей, та оцінювати її ефективність.</p> <p>ФК 8. Здатність демонструвати оригінальність і творчий підхід до роботи за фахом</p> <p>ФК 9. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p> <p>ФК 10. Здатність управляти відносинами з клієнтами</p> <p>ФК 11. Здатність розробити концепцію бренду та управляти торговою маркою.</p> <p>ФК 12. Здатність впроваджувати маркетингові товарні інновації у діяльність суб'єкта господарювання.</p>
--	--

7 - Програмні результати навчання (ПРН)

<p>ПРН 1. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.</p> <p>ПРН 2. Дотримуватися соціальних норм і правил при роботі в колективі, в т.ч. керівній, а також у взаємодії зі стейкхолдерами та суспільством.</p> <p>ПРН 3. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій.</p> <p>ПРН 4. Використовувати іноземні мови у науково-дослідницькій та професійній діяльності</p> <p>ПРН 5. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу</p> <p>ПРН 6. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.</p> <p>ПРН 7. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності</p> <p>ПРН 8. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів</p> <p>ПРН 9. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу</p> <p>ПРН 10. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта</p> <p>ПРН 11. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію</p> <p>ПРН 12. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища</p> <p>ПРН 13. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію</p> <p>ПРН 14. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу</p>

ПРН 15. Формулювати власний підхід до розв'язання ситуацій, брати на себе відповідальність за прийняття і реалізацію індивідуальних та колективних рішень

ПРН 16. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень

ПРН 17. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку

ПРН 18. Керувати торговою маркою суб'єкта господарювання, визначати критерії та показники ефективності

ПРН 19. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі впровадження товарних інновацій

8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Склад науково-педагогічних працівників, які забезпечують навчальний процес включає трьох докторів наук, 10 доцентів та 1 старший викладач. До реалізації програми залучається не менше 90% науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та/або вченими званнями. Науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.
Матеріально-технічне забезпечення	Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів університету показникам нормованої площі. 100 % забезпеченість потребам освітніх програм університету: навчальні аудиторії, лабораторії, необхідне устаткування кабінетів. Повне забезпечення робочими комп'ютерними місцями студентів (з врахуванням заочної форми навчання). Наявність інфраструктури для відпочинку та оздоровлення
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.tsatu.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Наукова бібліотека ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на навчально-інформаційному порталі ТДАТУ http://nip.tsatu.edu.ua Читальний зал забезпечений вільним доступом до мережі Інтернет.

9 - Академічна мобільність

Національна	Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та
--------------------	---

кредитна мобільність	Положення про організацію освітнього процесу в ТДАТУ. В рамках двосторонніх договорів про встановлення науково-освітнянських відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.
Міжнародна кредитна мобільність	Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у програмах проекту Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між Таврійським державним агротехнологічним університетом та закордонними навчальними закладами.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

Таблиця 2.1

2.1 Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК 1.01	Мікроекономічний аналіз	4	Диф. залік
ОК 1.02	Методологія та організація наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	5	Диф. залік
ОК 1.03	Ділова іноземна мова	6	Екзамен
2. Цикл професійної підготовки			
ОК 2.01	Маркетинговий менеджмент	6	Екзамен
ОК 2.02	Стратегічний маркетинг + курсовий проект	6	Екзамен
ОК 2.03	Рекламний менеджмент	5	Екзамен
ОК 2.04	Логістичний менеджмент	5	Екзамен
ОК 2.05	Філософія ринкових відносин	5	Диф. залік
ОК 2.06	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	5	Екзамен
ОК 2.07	Стратегічне управління підприємством	5	Екзамен
ОК 2.08	Міжнародний маркетинг	4	Диф. залік
ОК 2.09	Державна атестація	4	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		60	
2.1 Практична підготовка			
ОК 2.1.01	Виробнича практика	3	Диф. залік
Загальний обсяг практичних компонент:		3	
Вибіркові компоненти ОП			
<i>Вибірковий блок 1 (цикл загальної підготовки)</i>			
ВБ 1.01	Конфліктологія	4	Диф. залік

ВБ 1.02	PR- технології	4	Диф. залік
<i>Вибірковий блок 2 (цикл професійної підготовки)</i>			
ВБ 2.01	Бренд-менеджмент	5	Диф. залік
ВБ 2.02	Товарна інноваційна політика	5	Екзамен
ВБ 2.03	Контракти та переговори	4	Диф. залік
ВБ 2.04	Моделювання і управління соціально-економічними системами	5	Диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент:		27	
Загальний обсяг освітньої програми		90	

3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі комплексного державного кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразку про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр з маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

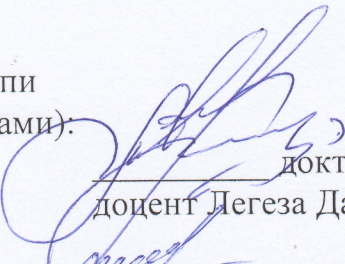
4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК1.01	ОК1.02	ОК1.03	ОК2.01	ОК2.02	ОК2.03	ОК2.04	ОК2.05	ОК2.06	ОК2.07	ОК2.08	ОК2.09	ОК2.10	ОК2.101	ВБ1.01	ВБ1.02	ВБ2.01	ВБ2.02	ВБ2.03	ВБ2.04
ЗК 1	+	+																		
ЗК 2															+	+				
ЗК 3			+												+					
ЗК 4			+																	
ЗК 5		+														+				
ЗК 6	+		+																	
ЗК 7	+	+																		
ФК 1				+	+		+	+									+			
ФК 2					+	+			+		+	+		+						
ФК 3				+	+	+							+	+						
ФК 4					+			+			+	+								
ФК 5							+			+								+	+	
ФК 6							+	+					+	+			+			+
ФК 7					+			+		+							+	+		
ФК 8									+										+	
ФК 9				+	+			+			+	+								+
ФК 10				+				+	+	+									+	
ФК 11							+										+			
ФК 12					+	+						+						+		

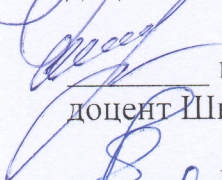
**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

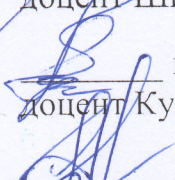
	ОК 1.01	ОК 1.02	ОК 1.03	ОК 2.01	ОК 2.02	ОК 2.03	ОК 2.04	ОК 2.05	ОК 2.06	ОК 2.07	ОК 2.08	ОК 2.08	ОК 2.10	ОК 2.101	ВБ 1.01	ВБ 1.02	ВБ 2.01	ВБ 2.02	ВБ 2.03	ВБ 2.04	
ПРН1	+	+																			
ПРН2															+	+					
ПРН3			+												+						
ПРН4			+																		
ПРН5		+														+					
ПРН6	+		+																		
ПРН7	+	+																			
ПРН8				+	+		+	+									+				
ПРН9					+	+			+		+	+		+							
ПРН10				+	+	+							+	+							
ПРН11					+			+			+	+									
ПРН12							+			+								+	+		
ПРН13							+	+					+	+			+				+
ПРН14					+			+		+							+	+			
ПРН15									+										+		
ПРН16				+	+			+			+	+								+	
ПРН17				+				+	+	+									+		
ПРН18							+										+				
ПРН19					+	+						+						+			

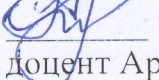
Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми):


доктор економічних наук,
доцент Лєгєза Дар'я Георгієвна

Проектна група:


кандидат економічних наук,
доцент Шквиря Наталя Олександрівна


кандидат економічних наук,
доцент Куліш Тетяна Володимирівна


кандидат економічних наук,
доцент Арстенко Тетяна Вікторівна

Підпис затверджую:
начальник відділу кадрів





А.В. Терещенко