

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОСВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ РАУФА АБЛЯЗОВА



П.Б. Чудасва
« » 202 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Другий (магістерський) рівень</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Магістр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 Управління та адміністрування</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>075 Маркетинг</u>
КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>Магістр маркетингу</u>

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради університету
від «16» 11 2020р.
протокол № 1

Черкаси, 2020

I. ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» розроблено відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та внесено зміни відповідно до Стандарту вищої освіти України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

Розроблено робочою групою кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування у складі:

Савченко С.О. – д.е.н., професор, проректор з НДР та економічних питань,
професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської
справи та страхування

Лисенко О.М. – к.п.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та
страхування

Плаксюк О.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи
та страхування

1 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

II. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма «Маркетинг»
Опис предметної області	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. - <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. - <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно - категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. - <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. - <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти (доктора філософії) та набувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти.
III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття другого (магістерського) ступеня вищої освіти	
Обсяг освітньої програми у ЄКТС	Обсяг освітньої програми магістра: Обсяг освітньо-професійної програми становить 90– кредитів ЄКТС. Обсяг освітньо-наукової програми становить 120 – кредитів ЄКТС. 40% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та

	спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю.
IV Перелік компетентностей випускника	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
Спеціальні компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	
<p>P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних</p>	

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.

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У закладах вищої освіти повинна функціонувати система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1. визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
2. здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
3. щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
4. забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
5. забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього
6. процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
7. забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
8. забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
9. забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
10. інших процедур і заходів.

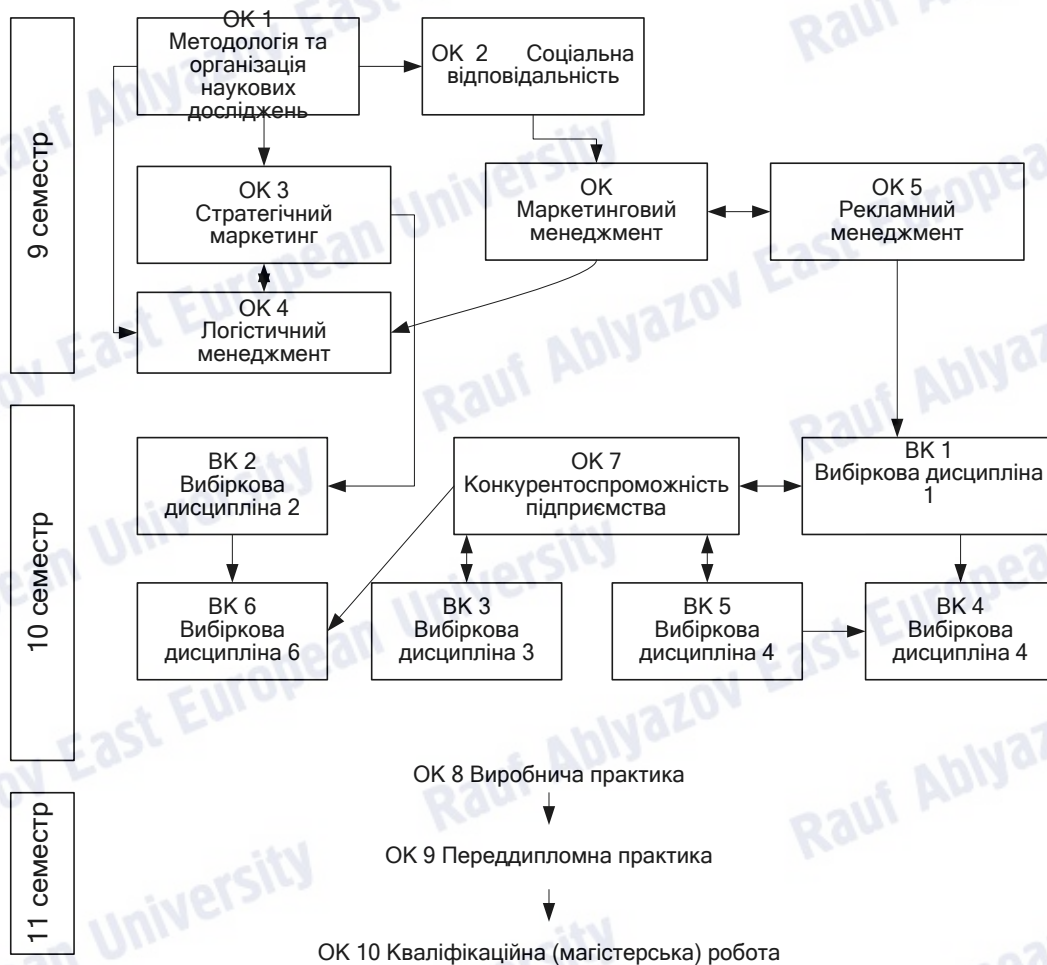
Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

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 освітньо-професійної програми			
ОК 1	Методологія та організація наукових досліджень	5	диф. залік
ОК 2	Соціальна відповідальність	5	диф. залік
ОК 3	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 4	Логістичний менеджмент	5	екзамен
ОК 5	Рекламний менеджмент	5	диф. залік
ОК 6	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОК 7	Конкурентоспроможність підприємств	5	екзамен
ОК 8	Виробнича практика	6	екзамен
ОК 9	Переддипломна практика	5	екзамен
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
ВК 1	Вибіркова дисципліна 1	5	екзамен
ВК 2	Вибіркова дисципліна 2	4	екзамен
ВК 3	Вибіркова дисципліна 3	4	диф. залік
ВК 4	Вибіркова дисципліна 4	4	диф. залік
ВК 5	Вибіркова дисципліна 5	4	екзамен
ВК 6	Вибіркова дисципліна 6	4	екзамен
Кваліфікаційна (магістерська) робота		19	диф. залік
Загальний обсяг освітньої програми		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ СТУПЕНЯ МАГІСТР

Атестація осіб, які здобувають ступінь магістр за спеціальністю 075 «Маркетинг», здійснюється шляхом захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи.

Кваліфікаційна (магістерська) робота - це самостійне дослідження студента з актуальних проблем маркетингу, за результатами якої Екзаменаційна комісія (ЕК) робить висновок про рівень отриманих знань і вміння застосовувати їх у теоретичній та практичній роботі та присвоює освітню класифікацію «магістр» з даної спеціальності.

Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, відповідно до Положення про екзаменаційну комісію, затвердженого Вченою радою Вищою навчальною установою. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Вища навчальна установа, на підставі рішення екзаменаційної комісії, присуджує особі, яка успішно виконала освітню програму на другому рівні вищої освіти, ступінь магістра та присвоює відповідну кваліфікацію.

4 Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Класифікація компетентностей за НРК	<p><i>Знання</i> ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей</p>	<p><i>Уміння</i> УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог</p> <p>УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності</p>	<p><i>Комунікація</i> К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються</p> <p>К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<p><i>Автономія та відповідальність</i> АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування</p> <p>АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</p>
	<i>Загальні компетентності</i>			
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
СК10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
СК11			К1	АВ2

5 Матриця відповідності програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми

Програмні результати навчання	Компетентності																
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності							
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8
P1									+	+							+
P2		+	+						+	+							+
P3		+					+	+			+		+				
P4		+	+		+										+	+	+
P5						+		+		+	+						
P6		+						+	+	+					+	+	
P7			+	+								+	+	+			+
P8			+			+						+	+				
P9		+							+			+			+		+
P10		+	+												+	+	+
P11							+							+	+	+	+
P12		+						+						+	+	+	
P13		+		+										+	+	+	+
P14					+	+									+		+
P15							+			+	+			+		+	