

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Одеського національного
політехнічного університету

Протокол від 18.10.2016 № 2

Голова Вченої ради

Г. О. Оборський



**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ**

Другий (магістерський) рівень вищої освіти
(назва рівня вищої освіти)

МАГІСТР
(назва ступеня, що присвоюється)

Галузь знань: **07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

Спеціальність: **075 МАРКЕТИНГ**

I - Преамбула

Освітня програма з спеціальності 075 «Маркетинг» розроблена проектною групою кафедри маркетингу

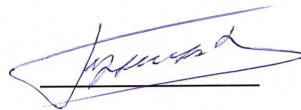
ВНЕСЕНО

Інститутом бізнесу, економіки та інформаційних технологій
(назва структурного підрозділу вищого навчального закладу)

ПОГОДЖЕНО




«11» 10 2016 р.

Начальник центру
із забезпечення якості вищої освіти



Гугнін В.П.

ВВЕДЕНО ВПЕРШЕ

Склад	Посада	ПІБ	Підпис	Дата
Керівник проектної групи (гарант програми)	Доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу	Яшкіна Оксана Іванівна		07.10.16
Члени проектної групи	Доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки підприємства Одеської державної академії будівництва та архітектури	Окландер Тетяна Олегівна		07.10.16
	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу	Замлинська Ольга Володимирівна		07.10.16

Вступ

Відповідно до ст. 1 «Основні терміни та їх визначення» Закону України «Про вищу освіту» освітньо-наукова програма - система освітніх компонентів на другому рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач другого ступеня вищої освіти. Програма є нормативним документом ОНПУ та встановлює вимоги до випускників ОНПУ другого рівня вищої освіти певної спеціальності у вигляді переліку компетентностей та результатів навчання.

Освітньо-наукова програма використовується під час: 1) ліцензування та акредитації освітньої програми, інспектуванні освітньої діяльності за спеціальністю; 2) розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик; 3) розроблення засобів діагностики якості вищої освіти. Освітньо-наукова програма із спеціальності 075 «Маркетинг» розроблена тимчасово до введення в дію освітнього стандарту проектною групою кафедри маркетингу Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій ОНПУ.

1. Профіль освітньо-професійної програми

підготовки магістра в галузі управління та адміністрування зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Складові	Опис освітньо-професійної програми
Загальна інформація	
Навчальний заклад та структурний підрозділ	Одеський національний політехнічний університет Інститут бізнесу, економіки та інформаційних технологій Кафедра Маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь, що присвоюється	Магістр
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізація	-
Акредитуюча інституція	Незалежна сертифікаційна агенція, Національна агенція із забезпечення якості освіти, Україна
Тип диплому та обсяг програми	На базі першого рівня з терміном навчання 1 рік 5 місяців; обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми – 90 кредитів ЄКТС
Період введення	2017-2019 рр.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл, QF-LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень
Обмеження щодо форм навчання	очне (денне), заочне
Кваліфікація освітня, що присвоюється	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Магістр зі спеціальності «Маркетинг»
Передумови. Вимоги до рівня освіти осіб, які	Згідно вимог ст. 5 Закону України «Про вищу освіту» особа має право здобувати ступінь магістра за умови наявності в неї ступеня бакалавра. Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Одеського

можуть розпочати навчання за програмою	національного політехнічного університету», затвердженими Вченою радою ОНПУ.
A	Мета освітньо-наукової програми
Програма призначена для розвитку професійних і творчих здібностей студентів та їх підготовки до розв'язання проблем в галузі маркетингу	
B	Характеристика програми
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	<p>Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Об'єктом вивчення є управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності. ▪ Цілі навчання – підготовка магістрів із маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. ▪ <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> поняття та концепції управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень. ▪ Інструменти та обладнання включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти і моделі, необхідні для прийняття маркетингових рішень та ефективного управління маркетинговою діяльністю (комп'ютерну техніку, пакети прикладних програм, інформаційно-комунікаційні технології).
Орієнтація програми	Освітньо-професійна програма
Фокус програми	Програма спрямована на оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління маркетинговою системою та виконання завдань маркетингового спрямування.
Особливості та відмінності	Характерною особливістю даної програми є цілеспрямоване, поглиблене вивчення дисциплін з маркетингу.
C	Придатність до працевлаштування та подальшого навчання
Придатність до працевлаштування	Відповідні посади на підприємствах, в системі державного управління та місцевого самоврядування. Самостійне працевлаштування.
Подальше навчання	Можливість продовжувати освіту на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Підвищення професійної кваліфікації впродовж життя.
D	Стиль та методика навчання
Підходи до викладання та навчання	Проблемно-орієнтоване навчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Оволодіння методологією наукової роботи, навичками презентації її результатів рідною і іноземною мовами. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів
Система/ Методи оцінювання	Екзамени, заліки, лекції, практичні роботи, поточний контроль, розрахунково-графічні, курсові роботи, презентації, Апробація

	результатів досліджень на наукових конференціях. Публічний захист кваліфікаційної роботи. Наукове керівництво, підтримка і консультування при підготовці кваліфікаційної роботи магістра.
Е	Програмні компетентності
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	ЗК1. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК3. Здатність планувати та управляти часом. ЗК4. Здатність спілкуватися з науковцями, представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК5. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. ЗК6. Професійні етичні зобов'язання ЗК7. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. ЗК8. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності, застосування методів наукового пізнання ЗК9. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК10. Здатність до проведення наукових досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації ЗК11. Прагнення до збереження навколишнього середовища.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК 1. Обізнаність із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу. СК 2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу. СК 3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу. СК 4. Здатність зробити оригінальний внесок у розвиток теорії та практики маркетингу. СК 5. Здатність демонструвати оригінальність і творчий підхід до роботи за фахом. СК 6. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК 7. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю. СК 8. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 9. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 10. Здатність управляти проектами в сфері маркетингової діяльності.
Ф	Програмні результати навчання
	РН1. Вміти використовувати методи та правила управління інформацією та

	<p>роботу з документами за професійним спрямуванням. Володіти методиками та сучасними засобами інформаційних технологій.</p> <p>РН2. Вміти використовувати комунікаційні технології для підтримування гармонійних ділових та особистісних контактів, як передумову ділового успіху.</p> <p>РН3. Знати та розуміти закони та методи міжособистісних комунікацій, норми толерантності, ділових комунікацій у професійній сфері, ефективної праці в колективі, адаптивності.</p> <p>РН4. Уміти складати психологічний портрет людини, підбирати робітників на визначені посади, знаходити шляхи виходу з конфліктної ситуації для ефективного управління персоналом.</p> <p>РН5. Знати та розуміти закономірності, методи та підходи творчої та креативної діяльності, системного мислення у професійній сфері.</p> <p>РН6. Знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують її до етичних цінностей.</p> <p>РН7. Займатися самоаналізом, використовувати методи адекватної оцінки (самооцінки), критики (самокритики), долати власні недоліки.</p> <p>РН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв'язання задач, які характерні обраній спеціальності.</p> <p>РН9. Вміти використовувати методи та методики проведення наукових та прикладних досліджень.</p> <p>РН10. Знати методологію системних досліджень, методів дослідження та аналізу складних об'єктів та процесів, розуміти їх складність, їх різноманіття, багатофункціональність для розв'язання прикладних завдань в галузі професійної діяльності.</p> <p>РН11. Систематично читати літературу за фахом (у тому числі закордонну), складати реферати, анотації, аналітичні огляди тощо.</p> <p>РН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення.</p> <p>РН13. Розуміти необхідність бути наполегливим у досягненні мети та якісного виконання робіт у професійній сфері.</p> <p>РН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання.</p> <p>РН15. Мати знання щодо забезпечення безпечних умов праці та навколишнього середовища при проведенні досліджень та у виробничій діяльності.</p> <p>РН19. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>РН20. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.</p> <p>РН21. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки.</p> <p>РН22. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.</p> <p>РН23. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.</p> <p>РН24. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і</p>
--	---

	<p>прикладних досліджень, маркетингових проектів.</p> <p>РН25. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.</p> <p>РН26. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.</p> <p>РН27. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.</p> <p>РН28. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій.</p> <p>РН29. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>РН30. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.</p> <p>РН31. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>РН32. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>РН33. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>РН34. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p>
	Ресурсне забезпечення реалізації програми
<p>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</p>	<p>Проектна група: 2 доктори економічних наук, 1 кандидат економічних наук.</p> <p>Гарант освітньої програми (керівник проектної групи): доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу, Яшкіна Оксана Іванівна є відповідальним виконавцем 3-х науково-дослідних робіт, одна з яких фінансується за кошти держбюджету; є сертифікованим викладачем Української Асоціації Маркетингу на право викладання курсу «Організація маркетингових досліджень».</p> <p>Члени проектної групи доктор економічних наук, доцент Окландер Тетяна Олегівна, кандидат економічних наук, доцент Замлинська Ольга Володимирівна мають значний досвід наукової та педагогічної діяльності. Здійснюють керівництво виконанням курсових і кваліфікаційних робіт студентів, підготовкою наукових статей та доповідей на науково-практичні конференції.</p> <p>Всі науково-педагогічні працівники, задіяні у викладанні професійно-орієнтованих дисциплін зі спеціальності 075 «Маркетинг», мають наукові ступені та вчені звання, високий рівень наукової і професійної активності.</p>
<p>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</p>	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Для проведення досліджень наявні науково-дослідні і навчально-</p>

	наукові лабораторії Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій ОНПУ, Консультаційно-навчального центру «Політех-консалт».
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.opu.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету. Крім фонду наукової (в т.ч. електронної) бібліотеки ОНПУ, слухачі освітньо-наукової програми мають вільний доступ до бібліотеки спеціалізованої вченої ради Д 41.052.10, що містить примірники рукописів дисертаційних робіт та авторефератів у друкованому та електронному вигляді.
Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ОНПУ та університетами України. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ОНПУ та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів. Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі у програмах проекту Еразмус + та Еразмус Мундус
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української (російської) мови в обсязі 6 кредитів ЕКТС, що додатково передбачені навчальним планом.
Основні компоненти освітньо-наукової програми	
Перелік освітніх компонентів	Освітня складова: 90 кредитів, в т.ч. 32 кредит за вибором студента. Наукова складова: виконання кваліфікаційної (дипломної) роботи
	Атестація
Форма атестації	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги	Випускна кваліфікаційна робота має продемонструвати здатність випускника розв'язувати складні завдання і проблеми в галузі маркетингу на основі досліджень та/або здійснення інновацій за наявності невизначених умов і вимог. Випускна кваліфікаційна робота має бути перевірена на плагіат.

	ДИСЦИПЛІНИ	Загальні компетентності											Спеціальні компетентності									
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10
16	КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА												+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
17	ПРОГНОЗУВАННЯ В МАРКЕТИНГУ																		+			+
18	МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ В МАРКЕТИНГУ																		+			+
19	БРЕНД МЕНЕДЖМЕНТ																		+	+	+	
20	МЕДІАПЛАНУВАННЯ																		+	+	+	
21	МАРКЕТИНГ ВІДНОСИН																				+	+
22	КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ																				+	+
23	ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА																			+	+	
24	ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ																			+	+	

Матриця співвідношення результатів навчання до компетентностей

Результати навчання	Загальні компетентності											Спеціальні компетентності										
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	
PH1	+	+								+												
PH2	+		+																			
PH3	+			+																		
PH4		+		+																		
PH5		+			+																	
PH6						+																
PH7						+	+															
PH8					+			+														
PH9		+						+														
PH10		+						+														
PH11		+				+		+		+												
PH12		+						+														
PH13									+													
PH14		+			+																	
PH15											+											
PH19												+	+	+	+							
PH20												+	+	+								
PH21														+	+							
PH22														+	+							
PH23																					+	+
PH24																						
PH25												+		+			+					
PH26																	+	+		+		

PH27													+			+	+						
Результати навчання	Загальні компетентності											Спеціальні компетентності											
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10		
PH28																		+			+		
PH29																					+		+
PH30																			+		+		
PH31																	+		+				
PH32																+		+					
PH33																	+	+			+		+
PH34																+					+		+

Характеристика системи внутрішнього забезпечення якості підготовки здобувача другого рівня вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Одеським національним політехнічним університетом складається з таких процедур і заходів, передбачених Законом України «Про вищу освіту»:

- 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 працівників ОНПУ та регулярне оприлюднення результатів такого оцінювання на офіційному веб-сайті університету;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми;
забезпечення формування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату.