

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний вищий навчальний заклад
«Приазовський державний технічний університет»

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДВНЗ «ПДТУ»
Протокол від « 26 » травня 2016 р. № 14

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2016 р.

Ректор

/ В.С.Волошин/



ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Другого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: магістр з маркетингу

Маріуполь, 2016

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньої програми

Перший проректор



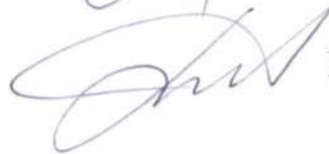
В. М. Євченко

Декан факультету



О. В. Хаджинова

Завідувач кафедри маркетингу
та бізнес-адміністрування



В. В. Гончар

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою, яка утворена у складі відповідальної за підготовку здобувачів вищої освіти кафедри маркетингу і бізнес-адміністрування із спеціальності 075 Маркетинг:

Гончар В.В., керівник робочої групи, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

Члени проектної групи:

Гриценко С. І., доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

Калінін О. В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

Шлапак Н.С., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет» Економічний факультет
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки
Наявність акредитації	Наказ МОН від 19.12.2016 р. № 1565 Термін дії: до 01.07.2026 р.
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, FQ – ENEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2026 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://pstu.edu/
2 – Мета освітньої програми	
Здобуття особою теоретичних знань, умінь, навичок та інших компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у галузі маркетингу, оволодіння методологією наукової діяльності, а також проведення власного наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предмета область (галузь знань, спеціальність)	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Магістр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Набуття необхідних знань та практичних навиків для подальшої кар'єри в області маркетингу, менеджменту, логістики, розробка моделей та методів економічного аналізу Оволодіння методами прогнозування та дослідження ринку, технологіями розробки маркетингових планів, методиками проведення рекламної кампанії. Використання пакетів прикладних програм автоматизації процесів управління, аналізу, планування та контролю бізнес - процесів, що

	застосовуються сучасними підприємствами та організаціями <i>Ключові слова:</i> Маркетинг, дослідження, логістика, економіка, управління
Особливості програми	Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингового менеджменту, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, товарної політики
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідні робочі місця в установах та на підприємствах різних галузей діяльності і організаційно-правових форм
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
Оцінювання	Усні та письмові екзамени, заліки, захист звіту з практики, захист курсових робіт, державна атестація випускника
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати комплексні проблеми в галузі маркетингу, проводити практичну діяльність, що передбачає застосування набутих навичок за фахом, а також практичне впровадження отриманих результатів (I)
Загальні компетентності	<ul style="list-style-type: none"> • Системні знання сучасних методів проведення досліджень у галузі маркетингу та менеджменту і в суміжних областях (З₁) • Критичний аналіз, оцінювання і синтез нових ідей (З₂) • Уміння ефективно спілкуватися зі споживачами продукції/послуг (З₃) • Здатність до саморозвитку і самовдосконалення протягом життя, відповідальність за навчання інших (З₄) • Відповідальність за результати діяльності (З₅) • Ініціювання оригінальних рішень маркетингових задач (З₆) • Лідерство та здатність як автономної так і командної роботи під час реалізації проектів (З₇)
Спеціальні компетентності	<ul style="list-style-type: none"> • Здатність застосування сучасних маркетингових заходів з урахуванням особливостей підприємства за видами економічної діяльності (Ф₁) • Здатність користуватися стандартизованим програмним забезпеченням для постановки та вирішення задач управління, здійснювати моделювання економічних, фінансових та управлінських ситуацій та використанні цих моделей в практичній діяльності (Ф₂) • Здатність вести науковий пошук щодо дослідження проблем міжкультурної комунікації, володіти методологічними прийомами комунікативної поведінки в різних сферах суспільного життя (Ф₃) • Здатність формування індивідуального економічного світогляду та економічного мислення (Ф₄)

	<ul style="list-style-type: none"> • Здатність ефективно застосовувати методи аналізу, математичне моделювання, виконувати фізичні та математичні експерименти під час наукових досліджень (Ф₅) • Здатність інтегрувати знання з інших дисциплін, застосовувати системний підхід та враховувати маркетингові аспекти при розв'язанні управлінських задач та проведенні досліджень (Ф₆) • Здатність розробляти та реалізовувати проекти, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислювати наявні чи створювати нові знання (Ф₇) • Здатність аргументувати вибір методу розв'язування спеціалізованої задачі, критично оцінювати отримані результати та захищати прийняті рішення (Ф₈) • Здатність формувати систему взаємовідносин між маркетинговими та іншими структурними підрозділами підприємства (Ф₉)
7 - Програмні результати навчання	
Знання	<ul style="list-style-type: none"> • здатність до демонстрації систематичних знань сучасних методів проведення досліджень в області маркетингу, економіки та управління підприємством (P₁) • здатність до демонстрації поглиблених знань у вибраній області наукових досліджень (P₂) • здатність до демонстрації розуміння впливу рішень у суспільному, економічному і соціальному контексті (P₃)
Уміння	<ul style="list-style-type: none"> • здійснювати пошук, аналізувати і критично оцінювати інформацію з різних джерел (P₄) • застосовувати знання і розуміння для розв'язування задач синтезу та аналізу елементів та систем, характерних обраній області практики (P₅) • застосовувати системний підхід, інтегруючи знання з інших дисциплін та враховуючи природничі аспекти під час розв'язання теоретичних та прикладних задач обраної області діяльності (P₆) • поєднувати теорію і практику, а також приймати рішення та виробляти стратегію розв'язання науково-прикладних задач з урахуванням загальнолюдських цінностей, суспільних, державних та виробничих інтересів (P₇) • ефективно працювати індивідуально, а також у складі команди (P₈) • оцінювати доцільність та можливість застосування нових методів і технологій у задачах маркетингових проблем (P₉) • аргументувати вибір методів розв'язування науково-прикладної задачі, критично оцінювати отримані результати та захищати прийняті рішення (P₁₀)
Комунікація	<ul style="list-style-type: none"> • уміння ефективно спілкуватись на професійному та соціальному рівнях (P₁₁) • уміння представляти й обговорювати отримані результати та здійснювати трансфер набутих знань (P₁₂)
Автономія і відповідальність	<ul style="list-style-type: none"> • здатність адаптуватись до нових умов, самостійно приймати рішення та ініціювати оригінальні комплексні проекти (P₁₃) • здатність усвідомлювати необхідність навчання впродовж усього життя з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань (P₁₄) • здатність відповідально ставитися до виконуваної роботи та

	досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики (P15)
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Усі науково – педагогічні працівники, задіяні до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені та вчені звання
Матеріально-технічне забезпечення	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів, соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Належна забезпеченість бібліотеки підручниками та посібниками, вітчизняними і закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до джерел Internet, авторські розробок професорсько- викладацького складу.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Приазовським державним технічним університетом та вищими навчальними закладами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Приазовським державним технічним університетом та зарубіжними вищими навчальними закладами
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе після вивчення курсу української мови

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти/ роботи, практики кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
OK1	Глобальна економіка	4	Екзамен
OK2	Інноваційний розвиток підприємства	4	Екзамен
OK3	Інтелектуальна власність	2	Залік
OK4	Охорона праці в галузі та цивільний захист	3	Диф. Залік
OK5	Соціальна відповідальність	4	Екзамен
OK6	Логістичний менеджмент	5	Екзамен
OK7	Маркетинговий менеджмент	4	Екзамен
OK8	Рекламний менеджмент	4	Екзамен
OK9	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		34	
Вибіркові компоненти ВК			
ВК1.1	Основи наукових досліджень	4	Залік
ВК1.2	Стратегічне управління	4	Екзамен
ВК1.3	Операційний менеджмент у бізнесі	3	Залік
ВК1.4	Ризик-менеджмент	4	Залік
ВК1.5	Товарна інноваційна політика	4	Залік
ВК1.6	Управління конкурентоспроможністю	4	Залік
Загальний обсяг вибіркового компонентів		26	
	Науково-дослідна практика		6
	Переддипломна практика		6
	Магістерська робота		18
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	