

Міністерство освіти і науки України
Східноукраїнський національний університет імені В. Даля

"Затверджено"

Ректор СХУ ім. В. Даля

 О.В. Поркунян

"22"  2018 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА

(освітньо-професійна / освітньо-наукова)

програма підготовки

Другий (освітньо-професійний) рівень

(рівень вищої освіти)

Магістр

(назва ступеня, що присвоюється)

за спеціальністю

075 – "Маркетинг"

(назва спеціальності)

за спеціалізацією

(назва спеціалізації)

Розглянуто та схвалено на засіданні Вченої ради СХУ ім. В. Даля
Протокол № 9 від 22.05. 2018 р.

Керівник проектної групи  Є.А. Івченко

Севєродонецьк

ВНЕСЕНО

Кафедрою менеджменту та маркетингу Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля

РОЗРОБНИКИ

Керівник робочої проектної групи

Івченко Є.А., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та маркетингу.

Члени робочої проектної групи:

Заблодська І.В., д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту та маркетингу;

Овчаренко Є.І., д.е.н., доц., завідувач кафедри менеджменту та маркетингу.

ВСТУП

Загальні відомості.

Освітня програма (ОП) є нормативним документом, який відповідає таким положенням Закону України «Про вищу освіту»:

– ст. 1, п. 1. 17 - освітня програма (освітньо-професійна, освітньо-наукова) - система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає:

- 1) вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою;
- 2) перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення;
- 3) кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми;
- 4) очікувані результати навчання, якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти;

– ст. 10, п. 3 - стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми:

- 1) обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;
- 2) перелік компетентностей випускника;
- 3) нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання (сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей);
- 4) форми атестації здобувачів вищої освіти;
- 5) вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

– ст. 5, п.1 - перший (бакалаврський) рівень передбачає здобуття особою теоретичних знань та практичних умінь і навичок, достатніх для успішного виконання професійних обов'язків за обраною спеціальністю.

– ст. 1 п. 1.13 - компетентність визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти;

– ст. 1 п. 1.19 - результати навчання - сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей, набутих особою у процесі навчання за певною освітньо-професійною, освітньо-науковою програмою, які можна ідентифікувати, кількісно оцінити та виміряти.

ГАЛУЗЬ ВИКОРИСТАННЯ

Освітня програма використовується під час:

– акредитації освітньої програми, інспектуванні освітньої діяльності за спеціальністю та спеціалізацією;

– розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін й практик;

– розроблення засобів діагностики якості вищої освіти;

– визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;

– професійної орієнтації здобувачів фаху.

Освітня програма враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту», Національної рамки кваліфікацій і встановлює:

- обсяг та термін навчання магістрів;

- загальні компетенції;

- професійні компетентності за спеціальністю та спеціалізаціями;

- перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньої програми;

- вимоги до структури навчальних дисциплін.

Освітня програма використовується для:

- складання навчальних планів та робочих навчальних планів;
 - формування індивідуальних планів студентів;
 - формування програм навчальних дисциплін, практик, змісту індивідуальних завдань;
 - визначення інформаційної бази для формування засобів діагностики;
 - акредитації освітньої програми;
 - зовнішнього контролю якості підготовки фахівців;
 - атестації магістрів за спеціальністю 075 "Маркетинг".
- Користувачі освітньої програми:
- здобувачі вищої освіти, які навчаються в СНУ ім. В. Даля;
 - викладачі СНУ ім. В. Даля, які здійснюють підготовку магістрів за спеціальністю 075 "Маркетинг";
 - Екзаменаційна комісія за спеціальністю 075 "Маркетинг";
 - Приймальна комісія СНУ ім. В. Даля.
- Освітня програма поширюється на кафедри СНУ ім. В. Даля, що здійснюють підготовку відповідних фахівців.

НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

- 1) Закон України «Про вищу освіту» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37-38, ст. 2004).
- 2) Закон України «Про державну службу» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 4, ст.43).
- 3) Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341.
- 4) Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2015 №266 «Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».
- 5) Наказ МОН України від 06. 11. 2015 № 1151 Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року, № 266.
- 6) Наказ МОН України від 15 жовтня 2015 № 1085 Про Умови прийому на навчання до вищих навчальних закладів України в 2016 році.
- 7) Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: проект [Електронний ресурс] / М-во освіти і науки України. - К. - Режим доступу: (<http://mon.gov.ua/citizens/zv'yazki-z-gromadskisty/gromadske-obgovorennya-2016.html>).
- 8) Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти. Постанова Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187.

ПРОФІЛЬ

Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Другий (освітньо-професійний) рівень
Ступінь, що присвоюється	Магістр
Назва галузі знань	07 Управління та адміністрування
Назва спеціальності	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Дозволяється підготовка за очною (денною, вечірньою) та заочною (дистанційною) формами навчання
Кваліфікація освіти, що присвоюється	Магістр маркетингу
Тип диплому	Диплом магістра, одиничний
Цикл/рівень	НРК – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Мета програми	
Метою магістерської програми є професійна підготовка магістрів, як висококваліфікованих, відповідальних кадрів з маркетингу спроможних здійснювати діагностику ринкового середовища, проводити маркетингові дослідження, визначати сильні та слабкі сторони підприємства, економічні інтереси ринкових суб'єктів, маркетингові ризики, розробляти ринкові стратегії підприємства і маркетингові плани та програми на основі фундаментальної теоретичної, практичної та наукової підготовки для виконання професійних завдань науково-дослідницького, управлінського та креативного характеру в галузі маркетингу.	
Характеристика програми	
Предметна область	Маркетинг
Спеціальність	"Маркетинг"
Орієнтація програми	Професійна, прикладна
Особливості програми	Програма має фокус на підготовку фахівців для ринку праці, здатних професійно розв'язувати проблеми та вирішувати завдання щодо формування маркетингової діяльності підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища, що передбачає застосування професійних компетентностей в сфері маркетингу
Працевлаштування та продовження освіти	
Працевлаштування	Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою спеціальності Маркетингу та державної атестації фахівцю присвоюється кваліфікація – магістра маркетингу. Виконуючи відповідні функції, магістр маркетингу здатний займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах, тощо, для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення

	складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.
Продовження освіти	Подальша підготовка на науковому рівні доктора філософії в галузі управління і адміністрування. Навчання впродовж життя для вдосконалення в науковій та інших видах діяльності.
Стиль та методика навчання	
Підходи до викладання та навчання	Використовуються лекційні курси, семінари, практичні заняття в малих групах, консультації, самопідготовка у бібліотеці та на основі Інтернету, проектна робота та індивідуальні консультації. Використовуються електронні навчальні курси.
Система оцінювання	Письмові та усні екзамени, електронне тестування, усні презентації, поточний контроль, кваліфікаційний іспит, захист кваліфікаційної випускної роботи.

Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Для магістра обсяг освітньо-професійної програми дорівнює **90 кредитів ЄКТС** на основі базової вищої освіти.

Мінімум 75 % обсягу освітньої програми має бути спрямовано на формування загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартами вищої освіти.

Програмні компетентності

Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні завдання і практичні проблеми з проблем маркетингу, що передбачає проведення досліджень, які характеризуються комплексністю та системністю.
Загальні компетентності	ЗК 1. Володіти активною громадянською позицією, що ґрунтується на демократичних переконаннях, гуманістичних та етичних цінностях.
	ЗК 2. Здатність до формування світогляду, розвитку людського буття, суспільства і природи, духовної культури.
	ЗК 3. Здатність до оцінки та аналізу соціально-економічних процесів і явищ на глобальному (мега-), макро-, мезо- і мікрорівнях
	ЗК 4. Здатність до вільної ділової комунікації іноземними мовами для спілкування у науковій, професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземними мовами.
	ЗК 5. Розуміння філософсько-світоглядних засад, напрямів і закономірностей розвитку ринку в умовах глобалізації і інтернаціоналізації.
	ЗК 6. Здатність виконувати професійну діяльність у відповідності до стандартів якості.
	ЗК 7. Здатність організовувати та здійснювати роботу відповідно до вимог охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та санітарно-гігієнічного режиму з урахуванням специфіки професійної діяльності організацій.
	ЗК 8. Здатність критичного аналізу сучасної наукової літератури для обґрунтування та вибору напрямів професійних досліджень, ознайомлення з передовим світовим досвідом роботи у сфері маркетингу та реклами, використання цієї інформації у професійній діяльності.

	ЗК 9. Здатність обирати та застосовувати сучасне програмне забезпечення та Internet- ресурси у освітній та професійній діяльності.
	ЗК 10. Здатність обґрунтовувати фінансові та маркетингові рішення та спроможність забезпечувати їхню правомочність.
	ЗК 11. Здатність реалізовувати комерційні проекти і програми. Формулювати цілі та визначати структуру проектів, що є значимими для організації з урахуванням суспільних, державних і економічних інтересів.
	ЗК 12. Здатність вирішувати проблеми у нових і нестандартних ситуаціях при здійсненні діяльності з урахуванням юридичної, соціальної і етичної відповідальності за прийняті рішення.
	ЗК 13. Здатність генерувати нові ідеї та визначати шляхи для їх реалізації у галузі маркетингу, науки та професійної діяльності, розширяти сферу власної компетентності.
	ЗК 14. Здатність оперувати економічними та управлінськими категоріями і поняттями.
	ЗК 15. Здатність виконувати наукові дослідження та здійснювати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.
	ЗК 16. Здатність критично оцінювати і прогнозувати соціальні, економічні, політичні, екологічні, культурні та інші події та явища.
	ЗК 17. Здатність планувати та реалізовувати професійну діяльність на основі нормативно-правових актів України.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК 1. Здатність бути обізнаним 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 приймати оптимальні маркетингові рішення в умовах формування інформаційної економіки.
	СК 5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
	СК 6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.
	СК 7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
	СК 8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
	СК 9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їхні результати в сфері маркетингової діяльності.

Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної випускної роботи	Згідно з діючим законодавством.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗАСОБІВ ДІАГНОСТИКИ

Інформаційною базою для створення засобів діагностики підсумкового контролю за видами навчальної діяльності мають бути очікувані результати навчання за видами навчальної діяльності.

Випускна атестація здійснюється оцінюванням ступеню сформованості компетентностей. Форма атестації – публічний захист кваліфікаційної роботи магістра.

ВИМОГИ ДО КАДРОВОГО СКЛАДУ ВИКЛАДАЧІВ

У викладанні навчальних дисциплін беруть участь доктори наук, професори, кандидати наук, доценти та визнані спеціалісти в галузі маркетингу, економіки та управління, які мають певний стаж практичної, наукової та педагогічної роботи. Доцільно, щоб викладачі, які забезпечують дисципліни професійної та практичної підготовки, в переважній більшості мали наукові ступені в галузі економічних, політичних наук та наук з державного управління.

Викладацький склад, який викладає навчальні дисципліни повинний мати кваліфікацію, фах за дипломом про вищу освіту та наукову спеціальність за дипломом про отримання наукового ступеня, які відповідають напряму та спеціальності підготовки магістрів.

Викладачі, що отримали диплом про вищу освіту за спеціальністю, що не відповідає спеціальності 075 "Маркетинг" та вимогам навчальних дисциплін відповідно до освітньої програми, повинні мати документи про підвищення кваліфікації у вигляді дипломів кандидатів наук, докторів наук за напрямом спеціальності, що відповідає освітній програмі; дипломів, сертифікатів або свідоцтв про післядипломну освіту та підвищення кваліфікації, мати стаж практичної, наукової та педагогічної діяльності, навчальні посібники з відповідного напрямку.

Професорсько-викладацький склад, який здійснює навчальний процес, повинен періодично та своєчасно проходити стажування.

ТЕРМІНИ НАВЧАННЯ ЗА ФОРМАМИ

Очна форма – 1 рік 5 місяців, заочна (дистанційна) – 1 рік 5 місяців.

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

Навчальний план освітньої програми визначає перелік та обсяг навчальних дисциплін у кредитах ЄКТС, послідовність вивчення навчальних дисциплін/модулів, форми проведення навчальних занять та їх обсяг у кредитах ЄКТС, графік-навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю. Навчальний план освітньої програми наведено у додатку.

ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Внутрішнє забезпечення якості вищої освіти здійснюється відповідно до Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти СНУ ім. В. Даля, що оприлюднене на сайті університету за адресою: (<https://snu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/Polozhennya-pro-systemu-zabezpechennya-yakosti-osvitnoyidiyalnosti-SNU-im.-V.Dalya.pdf>).

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до навчального плану

Код та найменування спеціальності **075 – " Маркетинг"**

Рівень вищої освіти **Другий (освітньо-професійний) рівень**

Спеціалізація _____

Освітня програма **освітньо-професійна**

Форма навчання **денна, заочна (дистанційна)**

Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання **90 кредитів ЄКТС, 1 рік 5 місяців - денна форма, 1 рік 5 місяців – заочна (дистанційна) форма**

Навчальний план, затверджений Вченою радою _____
(дата та номер протоколу)

Відповідність вимогам стандарту вищої освіти (в разі наявності): _____ - _____

Відповідність вимогам професійного стандарту (в разі наявності): _____ - _____

Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання: **наявність диплому освітнього рівня "Бакалавр"**

**Матриця відповідності компетентностей
дескрипторам НРК (8-й рівень, магістерський)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
ЗК 1			+	+
ЗК 2			+	+
ЗК 3		+	+	+
ЗК 4		+	+	
ЗК 5			+	+
ЗК 6	+	+	+	+
ЗК 7	+	+	+	+
ЗК 8		+	+	+
ЗК 9	+	+	+	
ЗК 10		+	+	+
ЗК 11	+	+	+	+
ЗК 12	+		+	+
ЗК 13	+			+
ЗК 14	+	+		
ЗК 15	+	+	+	
ЗК 16	+	+	+	
ЗК 17	+	+	+	+
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК 1	+	+		+
СК 2	+			+
СК 3		+	+	
СК 4	+	+	+	
СК 5	+	+		
СК 6	+	+	+	+
СК 7		+	+	+
СК 8		+	+	+
СК 9	+	+	+	+

**Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей НРК
(8-й рівень, магістерський)**

Найменування навчальних дисциплін, практик	Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти слухач
I. Цикл курсів формування загальних компетентностей		
Методологія та організація наукових досліджень	Знати і уміти оперувати економічними та управлінськими категоріями і поняттями	ЗК 14
	Критично аналізувати інформацію, наведену у сучасній світовій науковій та науково-популярній літературі, інформаційних базах даних тощо, та використовувати її у професійній діяльності.	ЗК 8
	Виконувати наукові дослідження та здійснювати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.	ЗК 15
	Проводити узагальнення результатів наукових і практичних досліджень та здійснювати їхню підготовку до оприлюднення у засобах інформації (статті, аналітичні записки, інформаційні листи, науково-методичні рекомендації, звіти тощо).	СК 3
	Розробляти та/або представляти навчальні та науково-популярні лекції для здобувачів вищої освіти, професіоналів у галузі маркетингу та широких верств населення з метою популяризації професії маркетолога.	СК 1
Публічні закупівлі	Формулювати цілі та визначати структуру проектів, що є значимими для організації з урахуванням суспільних, державних і економічних інтересів.	ЗК 11
	Організовувати інформаційно-аналітичне забезпечення господарських та управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та технологій.	СК 4
	Обґрунтовано обирати та/або розробляти процедури публічних закупівель, планувати й реалізовувати етапи їхнього здійснення залежно від особливостей функціонування вітчизняної системи закупівель.	СК 8
Іноземна мова	Використовувати навички усної та письмової комунікації іноземною мовою, аналізуючи тексти фахової направленості, перекладати іншомовні інформаційні джерела. Володіти знаннями етики ділового спілкування, культури і стилістики офіційної документації.	ЗК 4
	Уміти використовувати іноземну мову для забезпечення результативної професійної діяльності та уміти спілкуватися з експертами з інших галузей.	ЗК 4

Найменування навчальних дисциплін, практик	Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти слухач
II. Цикл курсів формування фахових компетентностей		
Стратегічний маркетинг	Оцінювати та аналізувати соціально-економічні процеси і явища на глобальному (мега-), макро-, мезо- і мікрорівнях	ЗК 3
	Обґрунтовувати стратегічні маркетингові рішення підприємств	СК 8
	Розуміти сутність та зміст стратегічного маркетингу на підприємстві. Розробляти заходи щодо реалізації маркетингових стратегій	СК 7
	Використовувати професійно-профільовані знання в сфері стратегічного маркетингу для розробки, аналізу, оцінювання ефективності маркетингових заходів	СК 5
	Розробляти корпоративну стратегію організації, визначати стратегічні альтернативи розвитку організаційних систем, забезпечувати на стадії планування високий рівень збалансованості її складових елементів.	СК 7
Бренд менеджмент	Розуміти філософсько-світоглядні засади, напрями і закономірності розвитку ринку в умовах глобалізації і інтернаціоналізації.	ЗК 5
	Вирішувати проблеми у нових і нестандартних ситуаціях при здійсненні діяльності з урахуванням юридичної, соціальної і етичної відповідальності за прийняті рішення.	ЗК 12
	Виконувати наукові дослідження та здійснювати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.	ЗК 15
	Виробляти ефективні рішення з використанням інструментарію маркетингу	СК 1
Товарна інноваційна політика	Генерувати нові ідеї та визначати шляхи для їх реалізації у галузі маркетингу, науки та професійної діяльності, розширяти сферу власної компетентності.	ЗК 13
	Формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної інноваційної політики підприємства	СК 7
	Поглиблювати знання про планування маркетингової діяльності, товарної інноваційної політики.	СК 2
	Застосовувати концептуальні знання у сфері маркетингу, здобуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності в галузі товарної політики	СК 1
Паблік релейшенз	Здатність обирати та застосовувати сучасне програмне забезпечення та Internet- ресурси у професійній діяльності.	ЗК 9
	Здатність вирішувати проблеми у нових і нестандартних ситуаціях при здійсненні діяльності з урахуванням юридичної, соціальної і етичної відповідальності за прийняті PR рішення.	ЗК 12
	Уміння критично оцінювати і прогнозувати соціальні, еконо-	ЗК 16

Найменування навчальних дисциплін, практик	Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти слухач
	мічні, політичні, екологічні, культурні та інші події та явища задля ефективного PR.	
	Розробляти та/або представляти науково-популярні лекції у галузі маркетингу з метою презентації компанії або товару	СК 2
Медіа планування	Вільно комунікувати іноземними мовами для спілкування у науковій, професійній та соціально-культурній сферах, володіти фаховою термінологією іноземними мовами.	ЗК 4
	Обирати та застосовувати сучасне програмне забезпечення та Internet- ресурси для медіа-планування.	ЗК 9
	Організовувати інформаційно-аналітичне забезпечення господарських та управлінських процесів із використанням сучасних інформаційних ресурсів та медіа-технологій.	СК 4
Логістичний менеджмент	Здатність організовувати та здійснювати роботу відповідно до вимог охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та санітарно-гігієнічного режиму з урахуванням специфіки професійної діяльності логістичної організації.	ЗК 7
	Здатність обирати та застосовувати сучасне програмне забезпечення та Internet- ресурси у логістичній діяльності	ЗК 9
	Обґрунтовано обирати та/або розробляти логістичні заходи задля залежно від особливостей функціонування вітчизняної системи логістики.	СК 5
Рекламний менеджмент	Критично аналізу сучасної наукової літератури для обґрунтування та вибору напрямків професійних досліджень, ознайомлення з передовим світовим досвідом роботи у сфері маркетингу та реклами, використання цієї інформації у професійній діяльності	ЗК 8
	Обґрунтовувати управлінські рішення щодо реклами та спроможність забезпечувати їхню правомочність.	ЗК 10
	Поглиблювати знання про планування маркетингової діяльності та рекламного менеджменту.	СК 2
Маркетинг відносин	Вільно комунікувати іноземними мовами для спілкування у науковій, професійній та соціально-культурній сферах, володіння фаховою термінологією іноземними мовами.	ЗК4
	Виконувати професійну діяльність у відповідності до стандартів якості	ЗК 6
	Застосовувати планування в управлінні сферою послуг	СК 6
	Здійснювати творчий пошук напрямів і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства через налагодження відносин між виробником та споживачем	СК 3

Найменування навчальних дисциплін, практик	Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти слухач
Інноваційний маркетинг	Генерувати нові ідеї та визначати шляхи для їх реалізації у галузі маркетингу, науки та професійної діяльності, розширяти сферу власної компетентності.	ЗК 13
	Виконувати наукові дослідження та здійснювати професійну діяльність з використанням креативних методів та підходів.	ЗК 15
	Використовувати в практичній діяльності сучасні уявлення про принципи інноваційного розвитку підприємства	СК 1
	Здійснювати аналіз комерційних перспектив та економічної доцільності випуску нової продукції та планування процесу створення нового товару	СК 9
III. Цикл фахових вибірових курсів		
Маркетинговий аудит	Критично аналізувати сучасну наукову літературу для обґрунтування та вибору напрямків аудиту професійних досліджень, ознайомлення з передовим світовим досвідом роботи у сфері аудиту маркетингу, використання цієї інформації у професійній діяльності	ЗК 8
	Обирати та застосовувати сучасне програмне забезпечення та Internet- ресурси для проведення маркетингового аудиту	ЗК 9
	Розробляти та застосовувати норми та нормативи у процесі господарчої діяльності суб'єктів підприємництва	СК 4
	Розробляти корпоративну стратегію організації, визначати стратегічні альтернативи розвитку організаційних систем, забезпечувати на стадії планування високий рівень збалансованості її складових елементів.	СК 7
Управління конкурентоспроможністю	Оперувати економічними та управлінськими категоріями і поняттями	ЗК 14
	Використовувати метод моделювання в наукових дослідженнях та управлінні конкурентоспроможністю	СК 4
	Розуміти філософсько-світоглядні засади, напрями і закономірності розвитку ринку в умовах конкуренції, глобалізації і інтернаціоналізації.	ЗК 5
Маркетинговий менеджмент	Обґрунтовувати маркетингові рішення та спроможність забезпечувати їхню правомочність.	ЗК 10
	Поглиблювати знання про планування маркетингової діяльності, маркетингового менеджменту	СК 2
	Розробляти заходи щодо реалізації маркетингових стратегій та планів	СК 7
	Здійснювати управління діяльністю підприємства, приймати стратегічні, тактичні і оперативні рішення в управлінні операційною (виробничою) діяльністю підприємств і проводити оцінку вартості бізнесу	СК 8

Найменування навчальних дисциплін, практик	Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти слухач
	Критичне осмислювати практичні аспекти та результати функціонування служб і відділів маркетингу, обґрунтування механізмів та інструментів координації взаємодії елементів для забезпечення якості їх діяльності	СК 2
Планування комерційної діяльності	Планувати та реалізовувати професійну діяльність на основі нормативно-правових актів України.	ЗК 17
	Реалізовувати комерційні проекти і програми. Формулювати цілі та визначати структуру проектів, що є значимими для організації з урахуванням суспільних, державних і економічних інтересів.	ЗК 11
	Здійснювати сценарне та ситуаційне планування діяльності на основі висновків щодо комплексного аналізу діяльності організації та маркетингових досліджень.	СК 8
	Розробляти перспективні програми розвитку функціональних бізнес-процесів організації, планувати потребу у матеріальних, фінансових та трудових ресурсах, визначати джерела їхнього постачання.	СК 9
	Організовувати, планувати та аналізувати комерційну діяльність підприємств	СК 6
Міжнародний менеджмент	Формувати світогляд щодо розвитку людського буття, суспільства і природи, духовної культури.	ЗК2
	Розуміти філософсько-світоглядні засади, напрямки і закономірності розвитку ринку в умовах глобалізації і інтернаціоналізації.	ЗК 5
	Критично оцінювати і прогнозувати соціальні, економічні, політичні, екологічні, культурні та інші події та явища.	ЗК 16
	Поглиблювати знання про планування маркетингової діяльності та міжнародного менеджменту.	СК 2
Стратегічне формування поведінки споживача	Володіти активною громадянською позицією, що ґрунтується на демократичних переконаннях, гуманістичних та етичних цінностях.	ЗК 1
	Розробляти корпоративну стратегію організації, визначати стратегічні альтернативи розвитку організаційних систем, забезпечувати на стадії планування високий рівень збалансованості її складових елементів.	СК 7
	Проводити узагальнення результатів наукових і практичних досліджень та здійснювати їхню підготовку до оприлюднення у засобах інформації (статті, аналітичні записки, інформаційні листи, науково-методичні рекомендації, звіти тощо).	СК 3
Маркетинг роздрібної	Виконувати професійну діяльність у відповідності до стандартів якості	ЗК 6

Найменування навчальних дисциплін, практик	Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти слухач
торгівлі	Організовувати та здійснювати роботу відповідно до вимог охорони праці, техніки безпеки, протипожежної безпеки та санітарно-гігієнічного режиму з урахуванням специфіки професійної діяльності підприємствах роздрібно торгівлі.	ЗК 7
	Аналізувати та відбирати необхідну інформацію, зберігати та передавати її; опанувати та впроваджувати системи якості на підприємствах роздрібно торгівлі	СК 6
Фінансовий менеджмент	Управляти формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів суб'єкта господарювання та оптимізації обігу його грошових коштів	СК 4
	Обґрунтовувати фінансові рішення та спроможність забезпечувати їхню правомочність.	ЗК 10

Гарант освітньої програми: кандидат економічних наук за спеціальністю:
08.00.04 - Економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності),
доцент за кафедрою маркетингу,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу
СНУ ім. В. Даля
Івченко Є.А.

Голова проектної групи

Є.А. Івченко

Завідувач випускової кафедри

Є.І. Овчаренко

Ректор

О.В. Поркуян

ПЛАН НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

ОСВІТНИЙ РІВЕНЬ
МАГІСТР

№ п/п	Назва дисциплін	Розподіл за семестрами					Обсяг годин					Розподіл за курсами і семестрами								
		Екзамени	Заліки	Курс. проєкт	Курс. робота	Інд. завдання	Година	Кредити ECTS	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття (семи)	Самостійна робота	I	II	III	IV				
		3	4	5	6	7	8	8,1	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
1	2	3	4	5	6	7	8	8,1	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
1																				
1.1																				
Цикл загальної підготовки																				
1.1.01	Методологія та організація наукових досліджень	1					90	3,0	18	-	18	54	2							
1.1.02	Публічні закупівлі	2					90	3,0	18	-	18	54	2							
1.1.03	Іноземна мова	1	2				90	3,0	18	-	18	54	1							
Разом:																				
270 9,0 54 0 54 162 3,0 3,0 3,0																				
1.2																				
Цикл професійної підготовки																				
1.2.01	Стратегічний маркетинг	1		1			135	4,5	23	-	23	89	2,5							
1.2.02	Бренд-менеджмент	1					120	4,0	23	-	23	74	2,5							
1.2.03	Товарна інноваційна політика	2					120	4,0	23	-	23	74	2,5							
1.2.04	Паблік Рілейшнз	2		2			150	5,0	27	-	27	96	3							
1.2.05	Медіапланування	3					90	3,0	18	-	18	54	5							
1.2.06	Логістичний менеджмент	1		1			120	4,0	23	-	23	74	2,5							
1.2.07	Рекламний менеджмент	1					120	4,0	23	-	23	74	2,5							
1.2.08	Маркетинг відносин	1					120	4,0	23	-	23	74	2,5							
1.2.09	Інноваційний маркетинг	2					150	5,0	27	-	27	96	3							
Разом:																				
1125 37,5 210 210 705 12,5 12,5 8,5 5,0																				
1.3																				
Практика																				
1.3.01	Переддипломна практика	3	Д				180	6,0	-	-	-	180								
Разом:																				
180 6,0 180																				
1.4																				
Атестація																				
1.4.01	Кваліфікаційна робота магістра	3					450	15,0	-	-	-	450								
Разом:																				
450 15,0 450																				
Усього за обов'язковою частиною:																				
2025 67,5 264 264 1497 15,5 15,5 11,5 5,0																				
2																				
ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ																				
2.1	Блок 1 дисциплін вільного вибору студента	1					150	5,0	27	-	27	96	3							
2.1.01	Маркетинговий аудит	1					180	6,0	38	-	38	104	3							
2.1.02	Управління конкурентоспроможністю	2	3				180	6,0	38	-	38	104	3							
2.1.03	Маркетинговий менеджмент	2	3				165	5,5	32	-	32	101	3,5							
2.1.04	Планування комерційної діяльності	2					675	22,5	135	-	135	405	3,0							
вільного вибору студентів:																				
150 5,0 27 27 96 3																				
2.2	Блок 2 дисциплін вільного вибору студента	1					180	6,0	38	-	38	104	3							
2.2.01	Міжнародний менеджмент	1					180	6,0	38	-	38	104	3							
2.2.02	Стратегія формування поведінки споживача	2	3				180	6,0	38	-	38	104	3							
2.2.03	Маркетинг роздрібно торгівлі	2	3				165	5,5	32	-	32	101	3,5							
2.2.04	Фінансовий менеджмент	2					675	22,5	135	-	135	405	3,0							
Усього за блоком Дисциплін 2 вільного вибору студентів:																				
675 22,5 135 0 135 405 3,0 3,0 9,5 6,0																				
Усього за вибіровими навчальними дисциплінами																				
2700 90 399 0 399 1902 18,5 18,5 21,0 11,0																				
Підготовка магістра разом																				

№ п/п	Назва дисциплін	Розподіл за семестрами			Обсяг годин			Розподіл за курсами і семестрами							
		Екзамени	Заліки	Курс. проект	Курс. робота	Інд. завдання	Годин	Кредити ECTS	Лекції	Лабораторні роботи	Практичні заняття(семі)	Самостійна робота	I	II	III
		Заліки			Курс. проект			Курс. робота				Кількість тижнів у семестрі			
		Екзамени			Курс. проект			Курс. робота				Кількість аудиторних годин і кредитів у тиждень			

ВИРІВНИЧІ ПРАКТИКИ																
№	Назва	Семестр	Кільк. Тижн	Кредитів	Навчальні заняття(гол/тижд)	18,5	21,0	11,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1	Переддипломна практика	3	4	6	Курсові проекти	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2					Курсові роботи	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3					Індивідуальні завдання	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4					Екзамени	13	5	3	1	0	0	0	0	0	0	0
5					Заліки	7	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0
6					Кредити ECTS	30	30	30	0	0	0	0	0	0	0	0
Разом:					Кредити ECTS за навчальний рік	60	60	30	0	0	0	0	0	0	0	0

№	Програма підготовки	Назва	Семестр	Кредитів
1	магістр	Кваліфікаційна робота магістра	3	15,00

План складено у відповідності до освітньої програми спеціальності 075 "Маркетинг"

Кафедра менеджменту та маркетингу

Керівник проектної групи Галгаш Р. А. к.е.н., доц. Івченко Є.А.

Зав. кафедри Галгаш Р. А. д.е.н., доц. Овчаренко Є. І.

Начальник навчального відділу Галгаш Р. А. Нєскородєва Н.М.

Інститут економіки і управління

Директор інституту

Галгаш Р. А.



СХВАЛЕНО

Вченою радою Східноукраїнського національного університету

імені Володимира Дадя

Протокол від 27.05.2017 р. № 9

Голова Вченої ради

О.В. Порк'ян