

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

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

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та назва галузі знань)

спеціальність 075 «Маркетинг»
(код і назва спеціальності)

кваліфікація 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності
господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної
власності та інноваційної діяльності
(шифр і назва кваліфікації)



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради
проф. С.Б. Беліков

протокол № 5/20 від 10 червня 2020 р.

Освітньо-професійна програма вводиться

в дію з «10» червня 2020 р.

Ректор НУ «Запорізька політехніка»

проф. С.Б. Беліков



Запоріжжя 2020

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

«Маркетинг»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

УЗГОДЖЕНО:

Перший проректор


В.Г. Прушківський

« » _____ 2020 р.

Керівник навчального відділу


В.Л. Грешта

« » _____ 2020 р.

Розглянуто на засіданні вченої ради
факультету економіки та управління

Протокол № 25 від «11» березня 2020 р.

Декан ФЕУ


В.В. Корольков

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу та логістики

Протокол № 7 від «26» лютого 2020 р.

Завідувач кафедри маркетингу та логістики


В.В. Лифар

Представники роботодавців:

Ширков Володимир Тімофійович

Директор з маркетингу «Мотор Січ»

В.Т.Ширков

Сазонова Ксенія Володимирівна

Начальник сектору людських ресурсів

ТОВ «АШАН Запоріжжя»

К.В.Сазонова

РОЗРОБЛЕНО

керівник проектної групи:

Лифар Владислава Віталіївна,

д.е.н., професор,

завідувач кафедри маркетингу та логістики

НУ «Запорізька політехніка»

В.В. Лифар

члени проектної групи:

Соколова Юлія Олександрівна,

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та логістики

НУ «Запорізька політехніка»

Ю.О. Соколова

Павлішина Ніна Михайлівна,

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики

НУ «Запорізька політехніка»

Н.М. Павлішина

Корольков Владислав Васильович,

к.е.н., доцент, декан факультету економіки та управління,

доцент кафедри менеджменту

НУ «Запорізька політехніка»

В.В. Корольков

ПЕРЕДМОВА

Розроблено

робочою групою кафедри маркетингу та логістики, факультет економіки та управління

Затверджено та надано чинності

Рішенням Вченої ради НУ

«Запорізька політехніка»

Протокол № 5/20 від 10 червня 2020 р.

Розробники:

Лифар Владислава Віталіївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та логістики НУ «Запорізька політехніка», керівник проектної групи;

Соколова Юлія Олександрівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та логістики НУ «Запорізька політехніка»;

Павлішина Ніна Михайлівна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики НУ «Запорізька політехніка»;

Були враховані методичні рекомендації щодо розробки стандартів вищої освіти, затверджені наказом МОН України від 01.10.2019 р. №1254, схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради МОН України (протокол №3 від 21.06.2019 р.).

ВСТУП

Освітньо-професійна програма (ОПП) є нормативним документом, у якому визначається нормативний термін та зміст навчання, нормативні форми атестації, встановлюються вимоги до змісту, обсягу, рівню освіти та професійної підготовки бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

Наказом МОН України від 06.11.2015 № 1151 «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», вищим начальним закладам запропоновано розробити та запровадити з 01.09.2016 р. освітні програми та навчальні плани згідно з вимогами Закону України «Про вищу освіту» [1].

ОПП розроблена на підставі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, введеного в дію наказом МОН України № 960 від 10 липня 2019 р. [2].

Також для розробки освітньо-професійної програми за відсутності методології і методичних рекомендацій використовувались такі положення Закону України «Про вищу освіту»:

1) ст. 1, п. 1.17 – освітня програма (освітньо-професійна, освітньо-наукова) – система освітніх компонентів на відповідному 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;
- очікувані результати навчання, якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти;

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

- обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;
- перелік компетентностей випускника;

- нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання (сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей);

- форми атестації здобувачів вищої освіти;

- вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

3) ст. 5, п.1 – другий (магістерський) рівень передбачає здобуття особою поглиблених теоретичних та/або практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціальністю (чи спеціалізацією), загальних засад методології наукової та/або професійної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності;

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

5) 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.

На підставі цих положень прийнята (за термінологією Закону України «Про вищу освіту») така структура освітньої програми:

- виявлення видів, змісту та системи відповідних завдань інноваційної діяльності магістра (змісту вищої освіти) з урахуванням вимог професійних стандартів або еквівалентної нормативної бази;

- регламентація системи компетентностей магістра як здатностей до ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності з урахуванням вимог професійних стандартів або еквівалентної нормативної бази та вимог Національної рамки кваліфікацій;

- визначення програмних результатів навчання та їх ступеня складності шляхом декомпозиції компетентностей;

- обґрунтування номенклатури видів навчальної діяльності завдяки адекватному розподілу програмних результатів навчання за навчальними дисциплінами, практиками, індивідуальним завданнями;

- визначення кредитів на опанування всіх видів навчальної діяльності.

Освітньо-професійна програма враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» [1], Національної рамки кваліфікацій [4] і встановлює:

- загальну характеристику та термін навчання бакалаврів;
- зміст освітньо-професійної діяльності;
- перелік та послідовність дисциплін, практик з визначенням кредитів і форм підсумкового контролю;
- визначення загальних і спеціальних компетентностей магістра як здатностей до ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності;
- визначення програмних результатів навчання;
- визначення форм атестації випускників.

Освітньо-професійна програма є складовою галузевого стандарту вищої освіти і використовується при:

- акредитації освітньої програми, інспектуванні освітньої діяльності за спеціальністю;
- розробленні навчальних планів та робочих навчальних планів;
- формуванні програм навчальних дисциплін, практик, змісту самостійної роботи та індивідуальних завдань;
- розробленні засобів діагностики якості вищої освіти;
- атестації бакалаврів спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг»;
- професійної орієнтації здобувачів фаху.

Освітньо-професійна програма поширюється на кафедри НУ «Запорізька політехніка», що здійснюють підготовку фахівців освітнього ступеня «магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Рівень вищої освіти	другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг (освітня програма «Маркетинг»)
Рівень кваліфікації	7, згідно Національної рамки кваліфікацій
Обмеження щодо форм навчання	немає
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – магістр Спеціальність – Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Нормативний термін навчання	1,5 роки
Опис предметної області	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><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.</p> <p><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.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Працевлаштування [3]	2419.2 Економіст із збуту Консультант з маркетингу Консультант з ефективності підприємництва Рекламист Фахівець з публічних закупівель Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)

2 РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПОСЛІДОВНІСТЬ ДИСЦИПЛІН ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

2.1 При формуванні змісту ОПП були враховані тенденції розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм.

Освітньо-професійна програма передбачає такі цикли підготовки:

- загальної підготовки;
- професійної підготовки.

Цикл загальної підготовки включає дисципліни гуманітарної та соціально-економічної спрямованості, а також нормативну та вибірккову частини. Цикл професійної підготовки включає спеціальні дисципліни за фахом та практичну підготовку, нормативну та вибірккову частини, що разом з циклом загальної підготовки програми забезпечує отримання освітнього ступеня «магістр» за освітньою програмою «Маркетинг».

Навчальні дисципліни професійного циклу підготовки визначені з урахуванням досвіду представників роботодавців з метою досягнення програмних результатів навчання та отримання здобувачами вищої освіти необхідних компетентностей.

Для набуття практичного досвіду студентами в професійному циклі підготовки передбачається переддипломна практика – проходить на початку 3-го семестру протягом 4-х тижнів.

2.2 Професійна складова ОПП має забезпечити формування наступних **знань та умінь**:

- 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;

- критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей;

- розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та

суперечливих вимог;

- провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності.

2.3 Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття для здобуття другого (магістерського) ступеня вищої освіти становить 90 кредитів ЄКТС.

Мінімум 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти.

Загальний обсяг вибіркового дисциплін складає не менше 25% від загального обсягу кредитів ЄКТС.

Розподіл змісту освітньо-професійної програми підготовки фахівця та максимальний навчальний час за циклами підготовки наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Розподіл змісту освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «магістр» та розподіл навчального часу за циклами підготовки спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»)

Цикл підготовки	%	Максимальний навчальний час за циклами (академічних годин/кредитів)
Нормативна частина програми, у складі:	73,5	1955/66,5
– цикл загальної підготовки		345/11,5
– цикл професійної підготовки		1650/55
Вибіркова частина програми, у складі:	26,5	705/23,5
– цикл загальної підготовки		90/3
– цикл професійної підготовки		615/20,5
Разом	100	2700/90

1 кредит – 30 годин.

Перелік компонент освітньо-професійної програми за циклами підготовки нормативної та вибіркової частин наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Перелік компонент освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «магістр» та розподіл навчального часу за циклами підготовки спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»)

Спеціальність 075 Маркетинг (освітня програма «Маркетинг»)			
шифр	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
цикл загальної підготовки			
ОК 1.	Соціальна відповідальність	3,5	екзамен
ОК 2.	Управління проектами	4	екзамен
ОК 3.	Глобальний бізнес	4	екзамен
	Усього за цикл	11,5	
цикл професійної підготовки			
ОК 4	Стратегічний маркетинг	5	залік, КР
ОК 5.	Методологія та організація наукових досліджень	4	залік
ОК 6.	Товарна інноваційна політика	4	залік
ОК 7.	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ОК 8.	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 9.	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК10.	Переддипломна практика	6	д/з
ОК11.	Дипломна робота	24	атест.
	Усього за цикл	55	
	Загальний обсяг обов'язкових компонент:	66,5	
Вибіркові компоненти ОП			
цикл професійної підготовки			
ВК 1.	Міжнародний маркетинг/ Маркетинг у міжнародній сфері/Міжнародна діяльність у маркетингу	3,5	залік
ВК 2.	Цивільний захист і охорона праці в галузі/Безпека праці на підприємствах в установах і організаціях та цивільна безпека/Захист населення , територій, довкілля та виробнича безпека	3	д/з
ВК 3.	Маркетинг інновацій/Біржова справа/Біржова торгівля	3	залік
ВК 4.	Методологія прикладних досліджень у маркетингу/ Технології маркетингових досліджень/Методологія маркетингових досліджень	3,5	залік
ВК 5.	Комерційна діяльність посередницьких підприємств / Посередництво в комерційній діяльності/Управління торговими підприємствами сучасних формувань	4	екзамен
ВК 6.	Фінансовий маркетинг/ Управління фінансами/Фінансовий менеджмент у сфері послуг	3,5	залік
ВК 7.	Екологічний маркетинг/ Маркетинг екологічних товарів та послуг/Медіапланування	3	залік
	Загальний обсяг вибірових компонент:	23,5	
	Загальний обсяг ОП	100	

2.4. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») представлена у Додатку А. Всі дисципліни розташовані у логічній послідовності для формування загальних і фахових компетентностей у здобувачів вищої освіти та отримання відповідних програмних результатів навчання.

2.5. Викладання та оцінювання

2.5.1. Підходи до викладання та навчання:

- основні підходи, методи та технології, передбачені програмою (наприклад, студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання на основі проходження практики);
- інтенсивний характер навчання (усі заняття базуються на активному залученні слухачів до освітнього процесу через дискусії, розгляд проблемних ситуацій, засідання наукового студентського гуртка);
- практична спрямованість (широко використовуються приклади та ситуаційні вправи з практики промислових і торговельних підприємств, які функціонують на українському та міжнародному ринках);
- використання інноваційних технологій (можливість самостійної роботи студентів з використанням електронних підручників, використання мультимедійних технологій під час лекційних та практичних занять).

2.5.2. Система оцінювання складається з:

- поточного контролю, який проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на практичних заняттях та лекціях, у формі виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях, у формі тестування тощо. Результати поточного контролю (поточна успішність) є основною інформацією для визначення модульної оцінки, при проведенні заліку і враховується при визначенні підсумкової екзаменаційної оцінки з дисципліни.

Засвоєння тем (поточний контроль) контролюється на семінарських та практичних заняттях відповідно до конкретних цілей, засвоєння змістових модулів (проміжний контроль) – на практичних та семінарських підсумкових заняттях та/або виконанням індивідуальної семестрової роботи. Застосовуються такі засоби діагностики рівня підготовки студентів:

- тестові завдання;
- розв'язування задач, господарських ситуацій;

- підготовка рефератів, есе, презентацій;
- виконання індивідуальної роботи.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять.

Семестровий підсумковий контроль з дисциплін є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового заліку та/або екзамену в терміни, встановлені графіком освітнього процесу.

3 ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ

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 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК 9. Здатність працювати в міжнародному середовищі.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову

ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Кваліфікаційний рівень бакалавра відповідає сьомому рівню Національної рамки кваліфікацій (НРК) – «Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог» [4].

Результати навчання – компетентності (знання, розуміння, уміння, цінності, інші особисті якості), які набуває та/або здатна продемонструвати особа після завершення навчання.

Програмні результати навчання:

РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

РН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

З метою співвіднесення визначених результатів навчання та компетентностей, зазначених у освітній програмі, використовується Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК (Додаток Б).

Таблиця 4.1 Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими та вибірковими компонентами освітньо-професійної програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	BK1	BK2	BK3	BK4	BK5	BK6	BK7
PH1	+						+		+	+		+			+		+	+
PH 2					+	+					+	+			+		+	
PH 3					+		+				+			+	+			
PH 4				+				+						+				
PH 5					+						+			+				
PH 6		+							+							+		+
PH 7						+	+		+		+							
PH 8	+																	
PH 9												+		+	+			
PH 10						+		+		+						+	+	+
PH 11				+										+				
PH 12				+			+		+					+			+	
PH 13			+					+	+		+					+		
PH 14			+	+			+		+			+				+		+
PH 15					+		+			+	+		+			+	+	

5 ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінювання якості вирішення здобувачами вищої освіти завдань діяльності, що передбачені даною освітньо-професійною програмою, та рівня сформованих компетентностей, зазначених у розділі 3. Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту 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 обсягом 5,5-6,5 авторських аркушів (100-120 рукописних сторінок) виконується за тематикою завдань професійної діяльності за матеріалами реальної організації, обов'язково з використанням

комп'ютерних технологій як інструмента дослідження, містить елементи наукової новизни.

Структура кваліфікаційної роботи: вступ; чотири розділи – теоретичний, аналітичний та проектно-рекомендаційний, розділ з охорони праці та безпеки в надзвичайних ситуаціях; висновки; список використаних джерел.

Рукопис, поданий до захисту, обов'язково супроводжується відгуком керівника та зовнішньою рецензією.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Кваліфікаційна робота має бути розміщена в репозитарії НУ «Запорізька політехніка». Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Атестацію та присвоєння кваліфікацій 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності здійснює Екзаменаційна комісія, до складу якої можуть бути залучені представники роботодавців та їх об'єднань. Склад Екзаменаційної комісії визначається наказом ректора НУ «Запорізька політехніка».

6 ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У НУ «Запорізька політехніка» функціонує система забезпечення вищим навчальним закладом 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 процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням НУ «Запорізька політехніка» оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

8 ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. №1556-VII. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

2. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України № 960 від 10 липня 2019 р.

3. Класифікатор професій ДК 003:2010. Класифікатор професій із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15 лютого 2019 року №259.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

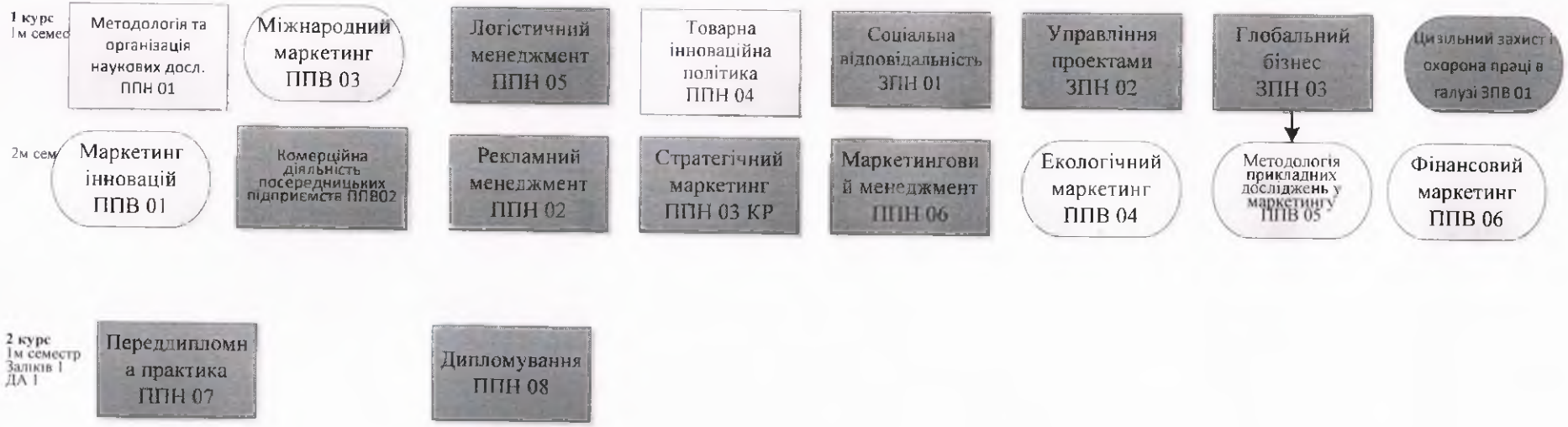
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (у редакції наказу №1254 від 01.10.2019) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

Керівник проектної групи,
(гарант освітньої програми)
д.е.н., професор



В.В.Лифар

ДОДАТОК А



Структурно-логічна схема

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1

**Матриця відповідності визначених Стандартом
компетентностей дескрипторам НРК (7-й рівень,
магістерський)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання 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	Уміння УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	Комунікація К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
	Загальні компетентності - 8			
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
Спеціальні (фахові) компетентності - 11				
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

