

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

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

спеціальність 075 «Маркетинг»
(код і назва спеціальності)

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

кваліфікація магістр маркетингу
(назва кваліфікації)



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Голова вченої ради
проф. В.Є. Бахрушин
протокол № 14/21 від «05» липня 2021 р.

Освітньо-професійна програма вводиться
в дію з «06» липня 2021 р. наказ №260


Запоріжжя 2021

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри «Маркетинг та логістика» факультету економіки та управління у складі:

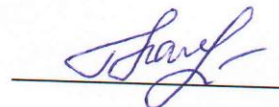
керівник проектної групи:

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


В.В. Лифар

члени проектної групи:

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


Н.М. Павлішина

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


Ю.О. Соколова

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (роботодавців):

1. Касай Павло Олександрович, директор з маркетингу і торгівлі АТ «Мотор Січ»
2. Міщенко Анастасія Євгенівна, директор з маркетингу ТОВ «ЕЙЧДІ-ГРУП»

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет «Запорізька політехніка», кафедра «Маркетинг та логістика»
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий рівень вищої освіти, магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	ОПП акредитована. Протокол № 138 від 12.03.2020 р. Сертифікат про акредитацію серія УД № 08010997. Дійсний до 01.07.2024 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень; FQ-EHEA – другий цикл; EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://zp.edu.ua/kafedra-marketynгу-ta-logistyky
Термін дії освітньої програми	1,5 роки
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, здатних вирішувати складні завдання і проблеми у сфері маркетингу та здійснювати інноваційну професійну діяльність	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (075 Маркетинг 07 Управління та адміністрування)	<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, методика 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</p>

	спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма орієнтується на сучасні наукові дослідження в сфері маркетингу, враховує специфіку діяльності підприємств в умовах диджиталізації. Практична зорієнтованість здобувача вищої освіти визначає професійну кар'єру, спрямовану на формування аналітичних та організаційних навичок для здійснення ефективної управлінської маркетингової діяльності.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Акцент робиться на здобутті знань з маркетингу, який передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти та кар'єрного зростання. Передбачено поглиблені фахові знання з розробки та впровадження маркетингових стратегій, цифрового маркетингу, міжнародної маркетингової діяльності, управління маркетинговою та рекламною діяльністю, методології прикладних досліджень у маркетингу. Зокрема освітньо-професійна програма надає можливість підготовки магістрів за двома актуальними векторами на вибір: Інновації у маркетингу та Маркетинг у сфері торгівлі. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, інновації, стратегія маркетингу, цифровізація, методологія маркетингових досліджень.
Особливості програми	Програма враховує сучасні тенденції розвитку маркетингу, що визначаються поєднанням інструментів класичного маркетингу та цифрового маркетингу. Структура програми передбачає вивчення теорії і практики маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу, оволодіння інноваційними методами професійної діяльності. Безперервні зміни в сфері маркетингових інновацій, які орієнтуються на диджиталізацію економіки та дослідження поведінки споживачів вимагають постійної корекції навчальних планів і змісту навчальних дисциплін, тому склад вибіркових дисциплін освітньої програми періодично оновлюється, що дозволяє враховувати тенденції розвитку сфери інтернет-технологій в маркетингу.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістр маркетингу може займати первинні посади (за ДК 003:2010): 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу Консультант з маркетингу Консультант з ефективності підприємництва Рекламист Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
Подальше навчання	Можливість продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Можуть набувати додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Підходи до викладання та навчання:

	<ul style="list-style-type: none"> - інтенсивний характер навчання (усі заняття базуються на активному залученні слухачів до освітнього процесу через дискусії, розгляд проблемних ситуацій, засідання наукового студентського гуртка); - практична спрямованість (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). <p>Лекційні заняття поєднуються з практичними заняттями, робочими зустрічами з фахівцями в галузі маркетингу, керівниками підприємств, презентаціями виконаних завдань. Практикується студентсько-центроване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, самонавчання. Самостійна робота на основі підручників та конспектів, електронних освітніх ресурсів, що розміщені в репозитарії бібліотеки НУ «Запорізька політехніка». Проведення консультацій викладачами.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано, не зараховано); 100-бальною шкалою та шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F). Засоби оцінювання: тестування, опитування, контрольні роботи, письмові екзамени, захист курсової роботи зі «Стратегічного маркетингу», звіт з переддипломної практики. Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
Спеціальні компетентності спеціальності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за</p>

	фахом.
	<p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>
Спеціальні компетентності за блоками навчання (СКБ)	<p><i>Блок 1 Інновації в маркетингу</i></p> <p>СКБ 1. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної та логістичної діяльності.</p> <p>СКБ 2. Здатність інтегрувати критерії ефективності діяльності ринкового суб'єкта у маркетинговому та логістичному вимірах.</p> <p><i>Блок 2 Маркетинг у сфері торгівлі</i></p> <p>СКБ 3. Здатність до організації комплексу маркетингу торговельного підприємства.</p> <p>СКБ 4. Здатність розробляти та втілювати в життя заходи, спрямовані на формування позитивного споживчого досвіду в каналах розподілу продукції.</p>
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (РН)	<p>РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>РН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття</p>

	<p>маркетингових рішень.</p> <p>РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
Програмні результати навчання за блоками (РНБ)	<p><i>Блок 1 Інновації в маркетингу</i></p> <p>РНБ 1.1 Застосовувати інноваційний підхід до вирішення проблем маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, використовуючи інструментарій логістичного менеджменту та цифрові технології.</p> <p>РНБ 1.2 Уміння продемонструвати поглиблені знання методичного інструментарію оцінювання маркетингових рішень, їх впливу на показники логістичної діяльності підприємства та його ринкові позиції.</p> <p><i>Блок 2 Маркетинг у сфері торгівлі</i></p> <p>РНБ 1.3 Уміння органічно та ефективно поєднувати інструменти маркетингової товарної, цінової, комунікаційної та політики розподілу торговельного підприємства з використанням методики маркетингового аудиту.</p> <p>РНБ 1.4 Використовувати теоретико-практичні підходи до організації маркетингової політики розподілу та формування оптимальних каналів розподілу товарів.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми мають науковий ступінь і/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам ліцензійних умов. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерна лабораторія, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу.</p> <p>До послуг студентів і викладачів є також читальний зал на 80 місць, абонемент та копіювальна техніка. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура,</p>

	кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.zp.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в електронному інституційному репозитарії наукової бібліотеки НУ «Запорізька політехніка»: http://eir.zp.edu.ua/ Читальні зали бібліотеки забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі інформаційні електронні ресурси наукової бібліотеки доступні через сайт університету: http://library.zp.edu.ua/ Вільний доступ через сайт НУ «Запорізька політехніка» до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Відповідно до укладених угод НУ «Запорізька політехніка»
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між НУ «Запорізька політехніка» та закладами вищої освіти країн-партнерів
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Умови та особливості ОП в контексті навчання іноземних громадян. Відповідно до вимог чинного законодавства

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «магістр» 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 01	Соціальна відповідальність	3,5	екзамен
ОК 02	Методологія та організація наукових досліджень	3,5	залік
ОК 03	Управління проектами	4	екзамен
	Всього за цикл	11	
цикл професійної підготовки			
ОК 04	Стратегічний маркетинг	5	залік, КР
ОК 05	Цифровий маркетинг	4	залік
ОК 06	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ОК 07	Міжнародний маркетинг	4	залік
ОК 08	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен

ОК 09	Методологія прикладних досліджень у маркетингу	4	залік
ОК10.	Переддипломна практика	6	д/з
ОК11.	Дипломовання	24	атест.
Всього за цикл		56	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		67	
Вибіркові компоненти			
Вибіркові компоненти циклу загальної підготовки			
ВК 01. Всього:		3	залік
Вибіркові компоненти блоку 1 Інновації в маркетингу			
ВБ 1.1	Маркетинг інновацій	4	екзамен
ВБ 1.2	Товарна інноваційна політика	4	екзамен
ВБ 1.3	Електронні комунікації в маркетингу	4	залік
ВБ 1.4	Логістичний менеджмент	4	екзамен
Всього:		16	
Вибіркові компоненти блоку 2 Маркетинг у сфері торгівлі			
ВБ 2.1	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	екзамен
ВБ 2.2	Управління асортиментом	4	екзамен
ВБ 2.3	Управління маркою	4	екзамен
ВБ 2.4	Маркетинговий аудит	4	залік
Всього:		16	
Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм			
ВК 02. Всього:		4	залік
Всього вибіркові компоненти		23	
Загальний обсяг ОП		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

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.

3. Форма 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 1 пункт 6.

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно. Атестацію та присвоєння кваліфікації магістр маркетингу здійснює Екзаменаційна комісія, до складу якої можуть бути залучені представники роботодавців та їх об'єднань. Склад Екзаменаційної комісії визначається наказом ректора НУ «Запорізька політехніка».

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	OK01	OK02	OK03	OK04	OK05	OK06	OK07	OK08	OK09	OK10	OK11	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 1.3	ВБ 1.4	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 2.3	ВБ 2.4
ЗК1				+	+			+	+	+					+				
ЗК2						+						+							
ЗК3																			+
ЗК4	+							+		+						+			
ЗК5	+														+				
ЗК6		+			+		+		+		+			+					+
ЗК7			+										+						
ЗК8			+					+											
СК1				+		+			+	+									
СК2		+							+	+	+								
СК3		+							+		+								
СК4					+	+											+		
СК5				+						+	+								+
СК6							+	+											
СК7				+															
СК8								+											+
СКБ1												+	+	+	+				
СКБ2												+	+	+	+				
СКБ3																+	+	+	+
СКБ4																+	+	+	+

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	OK01	OK02	OK03	OK04	OK05	OK06	OK07	OK08	OK09	OK10	OK11	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 1.3	ВБ 1.4	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 2.3	ВБ 2.4
РН1						+	+		+	+									
РН 2							+		+		+	+					+		
РН 3		+							+		+								
РН 4				+									+						
РН 5		+									+								
РН 6			+					+							+				
РН 7						+		+			+								
РН 8	+													+					
РН 9					+		+		+									+	
РН 10				+			+			+	+								
РН 11				+							+								
РН 12				+		+		+								+			+
РН 13								+											
РН 14	+					+	+	+											
РН 15		+			+	+				+	+								+
РНБ 1.1												+	+	+	+				
РНБ 1.2												+	+	+	+				
РНБ 1.3																+	+	+	+
РНБ 1.4																+	+	+	+

6. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Освітньо-професійна 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 18 серпня 2020 року № 1574.

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, затвержені 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

