

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

другого (магістерського) рівня вищої освіти

спеціальність 075 «Маркетинг»

освітня програма «Маркетинг»

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

кваліфікація «Магістр маркетингу»



О.В. Нанка

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію 01.09.2017 р.

Харків
2017

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Кваліфікація	«Магістр маркетингу»

Розробники програми:

Прізвище, ім'я, по-батькові	Науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис
Маренич Т.Г., керівник проектної групи	д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і аудиту	
Мандич О.В.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу	
Антощенкова В.В.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу	
Квятко Т.М.	к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу	

РОЗРОБЛЕНО І ВНЕСЕНО:

Кафедрою економіки та маркетингу

протокол № 11 від «17» травня 2017р.

Завідувач кафедри

 О. В. Мандич

РЕКОМЕНДОВАНО:

Науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № 5 від «23» травня 2017р.

Голова науково-методичної комісії

 В. В. Антощенкова

ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № 7 від «7» серпня 2017р.

Голова вченої ради

 В. В. Антощенкова

СХВАЛЕНО:

Науково-методичною радою Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

протокол № 6 від «21» серпня 2017р.

Голова науково-методичної ради

 В. В. Антощенкова

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проектною групою кафедри економіки та маркетингу Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка у складі:

1. Маренич Т.Г., д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і аудиту
2. Мандич О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
3. Антощенко В.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
4. Квятко Т.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу

Освітня програма схвалена науково-методичною радою та затверджена Вченою радою ХНТУСГ.

1. Профіль освітньо-професійної програми магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка Навчально-науковий інститут бізнесу і менеджменту Кафедра економіки та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітня програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «магістр»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат для спеціальності 075 «Маркетинг» – відсутній.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	На період акредитації
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://khntusg.com.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців з навичками та вмінням сприймати маркетингову інформацію діяльності суб'єктів господарювання всіх рівнів, аналізувати її та аргументовано давати пропозиції з подальшого розвитку підприємств незалежно від виду діяльності, форми господарювання та розміру, також метою є підготовка фахівців здатних брати участь у проведенні наукових досліджень	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Об'єктом вивчення є управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності. Цілі навчання – підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. Теоретичний зміст предметної області: поняття, концепції, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень. Методи, методики, та технології: система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення ефективного управління системою маркетингу у виконання науково-дослідних завдань. Інструменти та обладнання включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти і моделі, необхідні для прийняття маркетингових рішень та ефективного управління маркетинговою діяльністю (комп'ютерну техніку, пакети прикладних програм, інформаційно-комунікаційні технології та ін.). Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг»

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна програма. Підготовка фахівців з маркетингу, здатних в практичній діяльності використовувати набуті компетентності
Особливості програми	Програма спрямована на підготовку сучасних маркетологів: аналітиків, підприємців, готових до роботи в умовах ризику та змін; ініціативних, креативних, відповідальних, комунікабельних фахівців, здатних до швидкої адаптації. Формування маркетологів з новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи аналізу та планування, але й розробляти нові на базі сучасних наукових досягнень
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Маркетолог; менеджер з просування продукту (продукт-менеджер); менеджер з маркетингу; менеджер з продажів; менеджер з передпродажних операцій; керівник сектора (відділу, служби) продажу; менеджер CRM-проекту; менеджер call-центру; менеджер з електронного маркетингу; менеджер з прямих продажів; менеджер із закупівель; менеджер із постачання; менеджер із маркетингових досліджень; менеджер із питань інтелектуальної власності; менеджер з ініціативних (акційних) продажів; менеджер із розміщення товарів (мерчандайзингу); менеджер із каналів збуту; менеджер з асортименту (категорій товарів); менеджер із комунікацій; менеджер із реклами; менеджер зі зв'язків із громадськістю; менеджер агенції (сектора, відділу) з продажів; менеджер із проведення публічних заходів (евент-менеджер); менеджер із післяпродажного обслуговування; менеджер із прямого маркетингу; викладач професійного навчально-виховного закладу; викладач вищого навчального закладу; молодший науковий співробітник.
Подальше навчання	Продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання; проведення лекційних, практичних і лабораторних та семінарських занять, тренінгів; організація майстер-класів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі в проектних роботах, конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Застосовуються інноваційні технології електронного навчання. Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання.
Оцінювання	Усне та письмове опитування, тестовий контроль знань, презентація наукової роботи, захист письмових робіт, захист дипломної/магістерської роботи, заліки, екзамени. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною шкалою – 4-бальна національна шкала (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівнева національна шкала (зараховано/незараховано); 100-бальна; шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).

6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. ЗК 3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності. ЗК 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. 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 демонструвати творчий підхід до роботи за фахом. 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 їх результати в сфері маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
ПРН 1	Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу
ПРН 2	Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток
ПРН 3	Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу
ПРН 4	Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі
ПРН 5	Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів
ПРН 6	Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності

ПРН 7	Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта
ПРН 8	Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу
ПРН 9	Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень
ПРН 10	Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів
ПРН 11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта
ПРН 12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм
ПРН 13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання
ПРН 14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: 1 доктор наук, 3 кандидати наук, з них: 1 професор і 3 доценти. Всі розробники є штатними співробітниками Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Гарант освітньої програми: д.е.н., проф. Маренич Т.Г. – завідувач кафедри обліку і аудиту. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.
Матеріально-технічне забезпечення	– навчальні корпуси; – гуртожитки; – тематичні кабінети; – кабінет для ККТЗ; – комп'ютерні класи; – пункти харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – мультимедійне обладнання; – спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	– офіційний сайт ХНТУСГ: http://khntusg.com.ua; – офіційний сайт ННІ БМ: http://nnibm.khntusg.com.ua; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека ХНТУСГ, читальні зали; – віртуальне навчальне середовище Moodle; – навчальні і робочі плани; – графіки навчального процесу; – навчально-методичні комплекси дисциплін; – навчальні та робочі програми дисциплін; – дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; – програми практик; – методичні вказівки щодо виконання ККТЗ, державних іспитів; – критерії оцінювання рівня підготовки; – пакети комплексних контрольних робіт

9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України
Міжнародна кредитна мобільність	Договір про творчу співпрацю з Державним університетом Люблінська Політехніка (Польща) від 23 листопада 2016 р.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно чинного законодавства про підготовку іноземних громадян

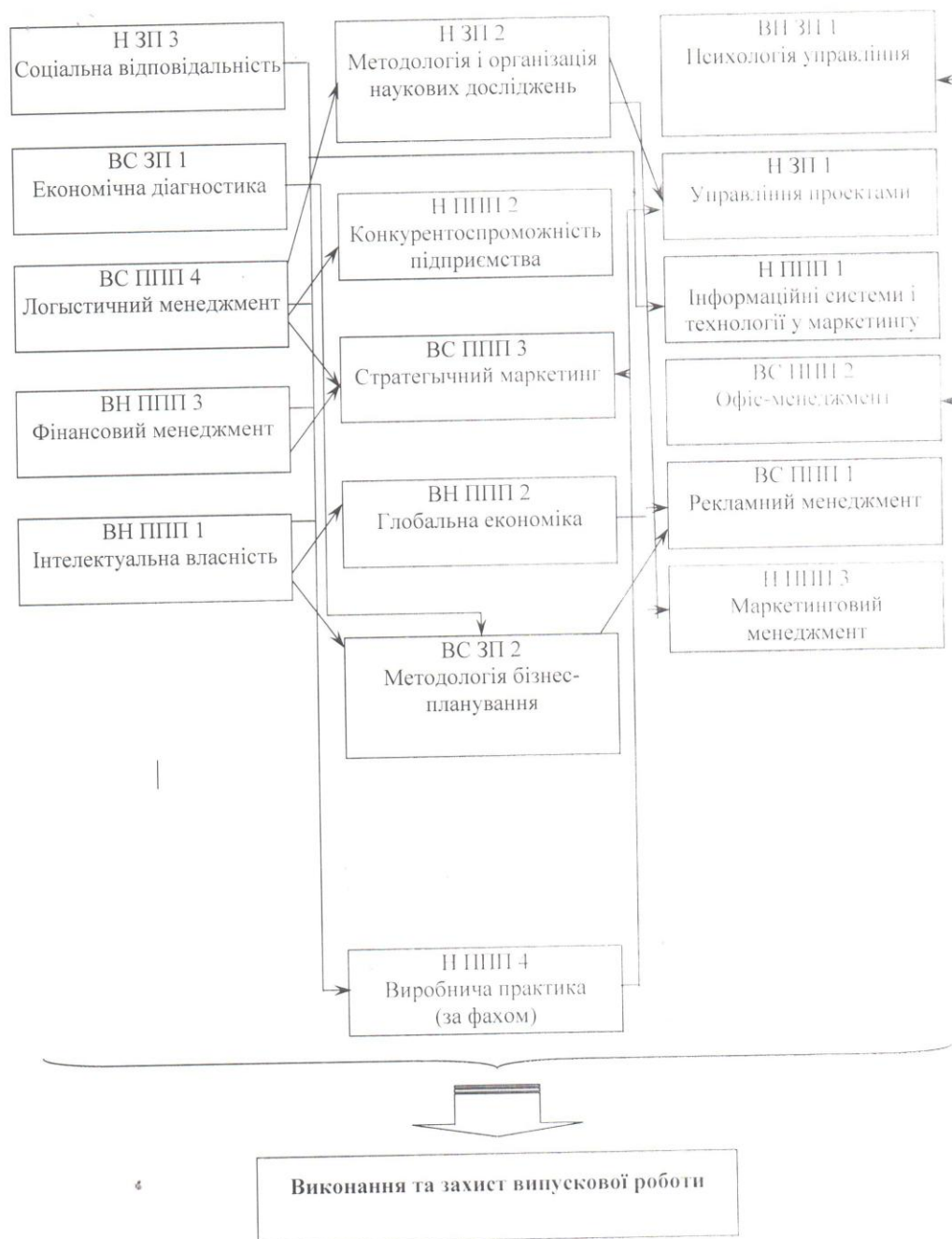
2. Перелік компонент освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього ступеня «магістр» та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
Н ЗП 1	Управління проектами	4	Екзамен
Н ЗП 2	Методологія та організація наукових досліджень	3	Диф. залік
Н ЗП 3	Соціальна відповідальність	4	Екзамен
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
Н ППП 1	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	Диф. залік
Н ППП 2	Конкурентоспроможність підприємства	5	Диф. залік
Н ППП 3	Маркетинговий менеджмент	4	Екзамен
Практика			
Н ППП 4	Виробнича практика (за фахом)	15	Диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		39	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>Вибірковий блок 1</i>			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
ВН ЗП 1	Психологія управління	3	Диф. залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ВН ППП 1	Інтелектуальна власність	3	Диф. залік
ВН ППП 2	Глобальна економіка	3	Екзамен
ВН ППП 3	Фінансовий менеджмент	3	Диф. залік
<i>Вибірковий блок 2</i>			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
ВС ЗП 1	Економічна діагностика	4	Екзамен
ВС ЗП 2	Методологія бізнес-планування	4	Екзамен

<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ВС ППП 1	Рекламний менеджмент	4	Екзамен
ВС ППП 2	Офіс-менеджмент	4	Диф. залік
ВС ППП 3	Стратегічний маркетинг	4	Диф. залік
ВС ППП 4	Логістичний менеджмент	4	Диф. залік
Загальний обсяг вибіркового компонент		36	
Виконання та захист випускової роботи		15	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Державна атестація здобувачів кваліфікаційного рівня «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється на підставі оцінювання рівня компетентності випускників таким методом комплексної діагностики як виконання і публічний захист дипломної магістерської роботи.

Дипломна магістерська робота виконується відповідно до напрямів наукових і прикладних досліджень та має засвідчити рівень професійної підготовки здобувача. Дипломна магістерська робота повинна містити результати власних теоретичних і прикладних досліджень, а також передбачати розробку нових методів та методичних підходів.

Дипломна магістерська робота є результатом самостійної індивідуальної науково-дослідницької діяльності здобувача другого рівня вищої освіти. комплексним науковим дослідженням, яке підводить підсумки вивчення ним дисциплін, що передбачені навчальними планами підготовки магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг», проходження всіх практик, а також проходження переддипломної практики.

Дипломна магістерська робота виконується на основі поглибленого вивчення спеціальної вітчизняної та зарубіжної літератури, передового досвіду з обраної проблеми, а також результатів проведення власних досліджень реального об'єкту з метою вирішення визначених наукових та прикладних завдань у сфері майбутньої професійної діяльності.

Дипломна магістерська робота перевіряється на плагіат.

Дипломна магістерська робота розміщується на офіційному сайті ІІІІ бізнесу і менеджменту ХНТУСГ.

Студентам, які успішно виконали і захистили дипломну магістерську роботу, державна екзаменаційна комісія присвоює кваліфікацію «магістр маркетингу».

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компетентності	ЗК									СК			
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7
Дисципліни													
НЗП 1	+	+					+	+			+		
НЗП 2		+	+							+			
НЗП 3					+				+				
НІПП 1	+					+					+		
НІПП 2	+					+			+	+			+
НІПП 3	+			+		+			+	+			+
НІПП 4	+					+			+	+			
ВНЗП 1					+						+		
ВСЗП 1	+	+									+		+
ВСЗП 2		+								+			
ВНІПП 1	+				+		+	+					
ВНІПП 2	+	+					+				+		
ВНІПП 3	+	+					+				+		
ВСІПП 1				+					+	+			
ВСІПП 2					+					+			
ВСІПП 3			+				+	+		+			+
ВСІПП 4				+		+							+

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

Результати Дисципліни	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14
Н ЗП 1	+	+									+			
Н ЗП 2		+	+				+	+				+		
Н ЗП 3					+				+	+				
Н ПП 1	+					+					+		+	
Н ПП 2	+					+			+	+		+	+	
Н ПП 3				+		+			+	+				
Н ПП 4	+					+				+				
ВН ЗП 1					+					+	+			
ВС ЗП 1	+	+									+		+	
ВС ЗП 2		+								+		+		
ВН ПП 1	+				+		+	+		+	+			
ВН ПП 2	+	+					+	+						
ВН ПП 3	+	+				+			+		+			
ВС ПП 1				+		+				+		+		
ВС ПП 2					+					+			+	
ВС ПП 3			+				+	+	+	+			+	
ВС ПП 4				+		+				+				