

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД „ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА”**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
„МАРКЕТИНГ”
другого рівня вищої освіти**

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

**Кваліфікація: магістр маркетингу, фахівець з методів розширення
ринку збуту (маркетолог), викладач закладів вищої освіти**

Форма навчання: денна, заочна

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
УНІВЕРСИТЕТУ**

Голова вченої ради

В. С. Курило

(протокол № 1 від 30 серпня 2016 р.)



**Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 1 вересня 2016 р.**

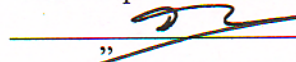
**Ректор _____ С. В. Савченко
(наказ № 101/1 – ЗД від 02 вересня 2016 р.)**

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти другий (магістерський)
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 Маркетинг
Кваліфікація магістр маркетингу, фахівець з методів розширення
ринку збуту (маркетолог), викладач закладів вищої освіти
Форма навчання: денна. заочна

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи
ДЗ „Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка”


_____ Д. В. Ужченко
”_____” 2016 р.

В. о. завідувача навчального відділу
_____ В. В. Леснова
”_____” 2016 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою (науково-методичною комісією спеціальності 075 Маркетинг) у складі:

- 1.** Чеботарьов В.А., д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії, маркетингу та підприємництва
- 2.** Чеботарьова Н.М., к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та підприємництва
- 3.** Штапаук Г.П., к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, маркетингу та підприємництва

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 Маркетинг, спеціалізація „Маркетинг на ринку товарів та послуг”

1. Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний заклад „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістерський рівень вищої освіти Освітня кваліфікація: магістр за спеціальністю 075 Маркетинг Кваліфікація в дипломі: магістр маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), викладач закладів вищої освіти
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1.5 роки
Наявність акредитації	- Акредитаційна комісія України; - Україна; - період акредитації (за сертифікатом)
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра, спеціаліста
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07.2018 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://luguniv.edu.ua/?page_id=6131&lang=ru
2. Мета освітньої програми	
Підготовка магістрів маркетингу, які мають усвідомити засади інноваційного способу мислення та відповідні компетентності й застосовувати їх за фаховим призначенням для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати складні сучасні управлінські та науково-дослідні завдання.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування, спеціальність – 075 Маркетинг, спеціалізація „Маркетинг на ринку товарів та послуг” ОП є мультидисциплінарною, в якій освітні компоненти загальної підготовки складають 15 кредитів ЄКТС (17 % від загального обсягу ОП), освітні компоненти професійної підготовки складають 75 кредитів ЄКТС (83% від загального обсягу ОП). Практика, яка є складовою професійної підготовки, дорівнює 15 кредитам ЄКТС (17% від загального обсягу ОП). Об’єктом вивчення є управління системою маркетингу ринкового суб’єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності. 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 і 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.).
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна; спрямована на формування системи знань, умінь та навичок ведення фахової дослідницької роботи в сфері маркетингу; розвиток умінь і навичок збору, обробки, аналізу, систематизації й узагальнення спеціалізованої науково-практичної інформації; опановування й запровадження передового зарубіжного та вітчизняного досвіду в галузі маркетингу.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в предметній області. Ключові слова: маркетинг, освітня програма, магістратура, управління маркетингом, ринок товарів та послуг, компетентність, терміни результатів навчання.
Особливості програми	Освітня програма орієнтована на забезпечення навчального процесу для підготовки магістра маркетингу на ринку товарів та послуг; фахової діяльності у комерційній та некомерційній сферах.
4. Придатність випускників працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування за спеціальністю та/або продовження навчання для здобуття третього (освітньо-наукового) рівня. Працевлаштування за спеціальністю: 1224 керівник торговельно-економічної місії, 2419.2 консультант з маркетингу, 2419.2 економіст із збуту, 2419.2 логіст, 2419.2 фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. 2419.2 рекламист, 2419.2 фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), 2310.2 викладач закладів вищої освіти.
Подальше навчання	За освітніми програмами третього рівня вищої освіти галузі знань 07 Управління та адміністрування
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Визначальною спрямованістю навчального процесу виступають студентоцентризований підхід (student-centered education) та підхід, орієнтований на результати (result-based education). Лекційні курси поєднуються із семінарськими та практичними заняттями; індивідуальною самостійною роботою (написанням і захистом рефератів і курсових, есе; розв'язанням кейсів різноманітних видів; участю в конкурсах й олімпіадах; написанням тез і статей) а також переддипломною виробничою практикою.
Оцінювання	У рамках поточного контролю на постійній основі оцінюються усні та письмові відповіді, результати комп'ютерного тестування, захист підготовлених презентацій з використанням сучасних інформаційних технологій; контрольно-модульні роботи (проводяться виключно у письмовій формі або у вигляді комп'ютерного тестування); підсумкові оцінки (заліки та/або іспити) виставляються з урахуванням поточної успішності та результатів модульних робіт.
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	ІК1. Здатність і вміння визначати й розв'язувати сучасні проблеми та похідні практичні задачі маркетингового забезпечення виробничо-комерційної діяльності господарських суб'єктів (статутних цілей установ, організацій і закладів) або в навчальному процесі, що передбачає проведення відповідних

	досліджень, запровадження підприємництва на інноваційних засадах і новітніх освітніх технологій.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність класифікувати маркетингові проблеми, вміння ставити відповідні проблеми та формувати передумови їхнього розв'язання з отриманням високого соціально-економічного ефекту.</p> <p>ЗК2. Вміння швидко адаптуватися до змін ринкової кон'юнктури й продукувати необхідні креативні підходи до вирішення нових завдань.</p> <p>ЗК3. Здатність управляти маркетинговою діяльністю підприємств і установ на основі сучасного процесного підходу, виявляти лідерство та забезпечувати високу якість сукупної діяльності суб'єктів ринку.</p> <p>ЗК4. Знання та розуміння маркетингової діяльності та її ролі в забезпеченні сучасного підприємництва й реалізації уставних цілей установ і організацій.</p> <p>ЗК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп (економічного та неекономічного профілю діяльності) різного рівня, ефективно вести переговори (у тому числі, – з використанням крос-культурних технологій).</p> <p>ЗК6. Здатність до узагальнюючого абстрактного мислення з використанням сукупності новітніх пізнавальних методик з різних джерел у предметному полі маркетингу та соціально-відповідального підприємництва.</p>
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<p>ФК1. Бути обізнаним із найновішими теоріями різних економічних течій; їхніми похідними інтерпретаціями, методами і практичними прийомами сучасного маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність і вміння критично переосмислювати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу, професійно діяти зі впровадженням цих досягнень у власному підприємстві.</p> <p>ФК3. Практичне вміння проведення самостійних (та командних) маркетингових досліджень з використанням відповідних висновків та інтерпретації їх результатів у предметній фаховій області.</p> <p>ФК4. Здатність, вміння й бажання демонструвати креативний підхід до роботи за фахом та в суміжних сферах економічного й суспільного життя.</p> <p>ФК5. Здатність до оцінки різних аспектів маркетингової діяльності ринкових суб'єктів (у тому числі – й органів державного управління), здійснення маркетингового аналізу та перспективного прогнозування.</p> <p>ФК6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю та комунікаційною політикою економічних структурних одиниць різного рівня складності.</p> <p>ФК7. Здатність і практичне вміння розробляти маркетингову стратегію розвитку ринкових суб'єктів та шляхи її безпосередньої реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків та синергетичного ефекту.</p> <p>ФК8. Здатність до ефективного соціально-відповідального управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі в умовах економічної та інституціональної невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність і вміння управляти проектами в сфері маркетингу</p>

	та досягати поставлених результатів узагальнюючої виробничо-комерційної діяльності.
7. Програмні результати навчання	
Знання (ЗН)	<p>ПРН 1. Фахові сучасні концептуальні науково-практичні знання, набуті за підсумком навчання, сукупності практик та самостійної роботи, що є основою для творчого мислення та інноваційної діяльності в сфері маркетингового забезпечення підприємництва й дослідницької роботи</p> <p>ПРН 2. Творче осмислення фахових проблем у навчанні та/або професійній діяльності в контексті розуміння міжфункціональних і міждисциплінарних взаємозалежностей.</p>
Уміння (УМ)	<p>ПРН 3. Розв'язання маркетинговими заходами сучасних складних проблем виробничо-комерційної діяльності, що потребує оновлення та інтеграції знань з їхнім подальшим практичним застосуванням (часто в умовах неповної/недостатньої інформації, суперечливих вимог й інституціональної невизначеності).</p> <p>ПРН;4. Провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності щодо маркетингового забезпечення соціально-відповідального підприємництва</p>
Комунікація (КОМ)	<p>ПРН 5. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків (а також підходів і пояснень щодо їхнього обґрунтування) до фахівців і нефахівців; зокрема до осіб, які навчаються та/або опановують підприємництво.</p> <p>ПРН 6. Використання іноземних мов у професійній діяльності, в тому числі – з використанням крос-культурних заходів комунікації.</p>
Автономія і відповідальність (АіВ)	<p>ПРН 7. Прийняття відповідальних рішень у складних і непередбачуваних економічних та інституціональних умовах, що потребує застосування нових підходів, прогнозування та процесного управління.</p> <p>ПРН 8. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди та формування лідерських якостей у її членів.</p> <p>ПРН 9. Здатність до подальшого навчання (у тому числі, - у суміжних фахових галузях), яке значною мірою є автономним та самостійним.</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучається не менше 50% науково-педагогічних працівників з науковими ступенями (докторів і кандидатів економічних наук) та/або вченими званнями (професорів і доцентів). Науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування (в т. ч. – у країнах Європейського Союзу).
Матеріально-технічне Забезпечення	Використання комп'ютерних класів, проекційної техніки, спеціалізованих лабораторій, стендів, наочних посібників. Використання сучасних прикладних програм: _____
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання віртуального навчального середовища ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка” та авторських розробок науково-педагогічних працівників ЛНУ і випускної кафедри.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах у межах України.
Міжнародна кредитна	У рамках програми ЄС Єразмус+ можливо проведення

мобільність	закордонних практик з укладанням угод щодо академічної мобільності за встановленою формою
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе.

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

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Логіка та методологія наукового пізнання	5	екзамен
ОК 2	Педагогіка і психологія вищої школи	5	залік
ОК 3	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОК 4	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ОК 5	Виконання магістерської роботи	30	залік
ОК 6	Переддипломна практика	15	залік
ОК 7	Захист магістерської роботи	1.5	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		67,5	
Вибіркові компоненти ОП *			
<i>Вибірковий блок 1</i>			
ВБ 1.1.1	Стратегія сталого розвитку природи та суспільства	5	залік
ВБ 1.1.2	Право інтелектуальної власності та державне регулювання трансферу технологій	5	залік
ВБ 1.1.3	Наукове спілкування українською та англійською мовами	5	залік
<i>Вибірковий блок 2</i>			
ВБ 2.1.1	Рекламний менеджмент	6,5	екзамен
ВБ 2.1.2	Економічний аналіз бізнесу	6,5	екзамен
ВБ 2.2.1	Логістичний менеджмент	5,0	екзамен
ВБ 2.2.2	Бренд-менеджмент	5,0	екзамен
ВБ 2.3.1	Маркетингова політика розподілу	6,0	екзамен
ВБ 2.3.2	Маркетинг некомерційних організацій	6,0	екзамен
Загальний обсяг вибірових компонент:		22,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Семестр	Освітні компоненти
1	Логіка та методологія наукового пізнання Педагогіка і психологія вищої школи Стратегічний маркетинг Логістичний менеджмент або Бренд-менеджмент Виконання магістерської роботи
2	Маркетинговий менеджмент Стратегія сталого розвитку природи та суспільства або Право інтелектуальної власності та державне регулювання трансферу технологій або Наукове спілкування українською та англійською мовами Рекламний менеджмент або Економічний аналіз бізнесу Маркетингова політика розподілу або Маркетинг некомерційних організацій

	Виконання магістерської роботи
3	Виконання магістерської роботи Переддипломна практика Захист магістерської роботи

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу за спеціалізацією „Маркетинг на ринку товарів та послуг”, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), викладач закладів вищої освіти.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ВБ 1.1.1	ВБ 1.1.2	ВБ 1.1.3	ВБ 2.1.1	ВБ 2.1.2	ВБ 2.2.1	ВБ 2.2.2	ВБ 2.3.1	ВБ 2.3.2
ІК 1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1	+		+	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+
ЗК 2					+		+	+	+							
ЗК 3				+	+		+						+		+	
ЗК 4												+	+			
ЗК 5	+					+					+				+	+
ЗК 6	+	+									+	+				+
ФК 1					+	+		+		+		+				
ФК 2					+					+						
ФК 3														+	+	
ФК 4					+		+	+			+					
ФК 5										+				+	+	
ФК 6			+											+		
ФК 7				+								+				+
ФК 8			+													+
ФК 9	+		+	+			+						+			+

