

I. Преамбула

ОПП «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг для підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

II. Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня кваліфікація	Магістр з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Магістр з маркетингу
Опис предметної області	Галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг. Об'єктом вивчення є управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> поняття, концепції, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень. <i>Методи, методики, та технології:</i> система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення ефективного управління системою маркетингу і виконання науково-дослідних завдань. <i>Інструменти та обладнання</i> 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.).
Академічні права випускників	Здобуття вищої освіти на третьому (освітньо-науковому) рівні

III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

Обсяг освітньої програми магістр	Диплом магістра, одинарний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 року
---	--

IV Перелік компетентностей випускника

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)	1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. 2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. 3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. 4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності. 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу. 2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу. 3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу. 4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом. 5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. 6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю. 7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. 8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. 9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності. 10. Здатність управляти маркетинговою діяльністю у середовищі Інтернет. 11. Здатність розробити концепцію бренду та управляти торговою маркою. 12. Здатність управляти відносинами з клієнтами. 13. Здатність впроваджувати маркетингові інновації у діяльність

	суб'єкта господарювання. 14. Здатність формувати ефективну систему товароруху. 15. Здатність управління маркетинговою діяльністю суб'єкта неприбуткової сфери. 16. Здатність розробити CRM-системи та впровадити їх. 17. Здатність управляти комерційною логістичною діяльністю.
--	--

V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти

Програмні результати навчання

1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
2. Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.
3. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.
4. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.
5. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів.
6. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.
7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.
8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.
11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
15. Керувати торговою маркою суб'єкта господарювання, визначати критерії та показники ефективності.
16. Формувати CRM-системи, забезпечувати автоматизацію маркетингової діяльності суб'єкта господарювання.
17. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління

логістичною діяльністю підприємства.

VI Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів вищої освіти за ОПП «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної (магістерської) роботи. Атестація здійснюється відкрито і публічно.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна (магістерська) робота є самостійним дослідженням студента і обов'язково перевіряється на плагіат. Закінчена робота оприлюднюється на офіційному сайті THEU.

VII Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У ВНЗ повинна функціонувати 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 вищим навчальним закладом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням ВНЗ 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.

VIII Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти

1. Закон «Про вищу освіту»: за станом на 20.06.2016 р. [Електронний ресурс] / Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> . – Назва з титул. Екрану.
2. Международная стандартная классификация образования (МСКО) 2011 [Електронний ресурс] / Інститут статистики ЮНЕСКО, 2013. – 87 с – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/iscde-2011-ru.pdf>. – Назва з титул. екрану.
3. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010. – К. : Видавництво «Соцінформ», 2010. – 746 с.
4. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України від 23 листоп. 2011 р. № 1341 [Електронний ресурс] // Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>. – Назва з титул. екрану.
5. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 [Електронний ресурс] // Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п> . – Назва з титул екрана.
6. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [Електронний ресурс]. – К.: ТОВ «ЦС», 2015. – 32 с – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf. – Назва з титул екрану
7. ISCED fields of education and training 2013 (ISCED-F 2013) [Електронний ресурс]. – UNESCO Institute for Statistics, 2014.-21p. – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/iscde-fields-of-education-training-2013.pdf>. – Назва з титул. екрану.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

ОПП «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг для підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні 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;
- форми атестації здобувачів вищої освіти;
- вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Матриця відповідності ом компетентностей дескрипторам НРК та матриця відповідності результатів навчання та компетентностей представлені в Таблицях 1 і 2.

Таблиця 1

**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
дескрипторам НРК**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
1	2	3	4	5
Загальні компетентності				
1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.	+	+	+	+
2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.	+	+	+	+
3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.	+	+	+	+
4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.	+	+	+	+
5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.	+	+	+	+
6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.	+	+	+	+
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу.	+	+	+	+
2. Здатність критично інтерпретувати	+	+	+	+

1	2	3	4	5
результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу.				
3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.	+	+	+	+
4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.	+	+	+	+
5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.	+	+	+	+
6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.	+	+	+	+
7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.	+	+	+	+
8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.	+	+	+	+
9. Здатність	+	+	+	+

1	2	3	4	5
управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.				
10. Здатність управляти маркетинговою діяльністю у середовищі Інтернет.	+	+	+	+
11. Здатність розробити концепцію бренду та управляти торговою маркою.	+	+	+	+
12. Здатність управляти відносинами з клієнтами.	+	+	+	+
13. Здатність впроваджувати маркетингові інновації у діяльність суб'єкта господарювання.	+	+	+	+
14. Здатність формувати ефективну систему товароруху.	+	+	+	+
15. Здатність управління маркетинговою діяльністю суб'єкта неприбуткової сфери.	+	+	+	+
16. Здатність розробити CRM-системи та впровадити їх.	+	+	+	+
17. Здатність управляти комерційною логістичною діяльністю.	+	+	+	+

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

[illegible]

Програмні результати навчання	Інтеграль- на компе- тентність	Компетентності																								
		Загальні компетентності						Спеціальні (фахові) компетентності																		
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.	+									+																
8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	+										+															
9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	+										+															
10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.	+																+									
11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	+																		+							
12. Здійснювати діагностування та стратегічне й	+																			+						

