

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**

Проект

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

*Другого (магістерського) рівня вищої освіти
ступеня вищої освіти **Магістр**
за спеціальністю **075 Маркетинг**
галузі знань **07 Управління та адміністрування**
Кваліфікація: **магістр маркетингу***

(нова редакція)

Полтава 2021 р.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Полтавська державна аграрна академія, навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр, магістр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 навчального року
Форми навчання	Інституційна (очна (денна), заочна)
Наявність акредитації	Впроваджується вперше з 2019 р.
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста
Мова(и) викладання	Державна
Термін дії освітньо-професійної програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка висококваліфікованих професіоналів маркетингу, поглиблення професійної підготовки з управління стратегічною маркетинговою діяльністю, здійснення наукових досліджень у сфері маркетингової діяльності, підготовка до здійснення керівних функцій у сфері маркетингу	
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь спеціальність)	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування. Спеціальність – 075 Маркетинг. <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <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. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції

	<p>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>
Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Освітньо-професійна академічна з елементами наукового пошуку</p> <p>Програма орієнтована на основні напрями професійної діяльності маркетингологів у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра в області комунікацій, збуту, стратегічного маркетингу, digital-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу.</p>
Основний фокус освітньо-професійної програми	<p>Загальна освіта в галузі управління та адміністрування.</p> <p>Акцент на здобутті поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціальністю, загальних засад методології наукової та професійної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності.</p> <p>Ключові слова: стратегічний маркетинг, інтернет-маркетинг, логістичний менеджмент, брендинг, HR-маркетинг, управління маркетингом.</p>
Особливості освітньо-професійної програми	<p>Освітньо-професійна програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. Особливість у поглибленому вивченні стратегічного маркетингу, логістичного менеджменту, Інтернет-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу з можливістю подальшого набуття необхідних дослідницьких навиків для наукової роботи.</p> <p>Тісна співпраця з підприємствами та організаціями різних форм власності дозволяє опанувати сучасні (новітні) технології маркетингу на реальних прикладах, зокрема шляхом: проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, бізнес-структурах, переробних підприємствах, торгівельних установах; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях; круглих столах, тренінгах, захисту кваліфікаційної роботи.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть працювати:</p> <ul style="list-style-type: none"> – керівними працівниками апарату центральних органів державної влади;

	<ul style="list-style-type: none"> – керівними працівниками апарату місцевих органів державної влади; – керівниками фінансових, бухгалтерських, економічних, юридичних та адміністративних підрозділів та інші керівники; – керівниками малих підприємств без апарату управління в сільському, мисливському, водному господарствах, лісівництві, рибному промислі; – менеджерами (управителями) з питань комерційної діяльності та управління; – керівниками підрозділів маркетингу; – менеджерами (управителями) з маркетингу; – менеджерами (управителями) з логістики; – менеджерами (управителями) з постачання; – менеджерами (управителями) з реклами; – викладачами середніх та вищих навчальних закладів; – науковими співробітниками; – професіоналами у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; – маркетологами.
Подальше навчання	Можливість навчання за програми: 9 рівня НРК України, третього циклу FQ-EHEA, 8 рівня EQF-LLL
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта. Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання, навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень.</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання, індивідуальних занять тощо.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних, практичних, семінарських, індивідуальних занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань та за виконання самостійної роботи.</p> <p>Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти.</p> <p>Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену або заліку (диференційованого заліку).</p> <p>Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі 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	<i>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</i>

<p>компетентності (ЗК)</p>	<p>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. Компетентності визначені ПДАА: ЗК 9. Здатність організовувати роботу відповідно до вимог охорони праці, цивільного захисту. ЗК 10. Здатність до самоосвіти, постійного вдосконалення професійного рівня та особистісних якостей, впливу на відносини у трудовому колективі. ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість.</p>
<p>Фахові компетентності (ФК)</p>	<p>Компетентності визначені стандартом вищої освіти: ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. Компетентності визначені ПДАА: ФК 10. Здатність виконувати функції HR-маркетолога, впроваджувати сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу; ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетентності з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.</p>

7 – Нормативний зміст підготовки здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Результати навчання (Р)

Програмні результати навчання визначені стандартом вищої освіти:

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

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

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

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

ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.

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

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

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

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

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, 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.

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

Програмні результати навчання визначені ПДАА:

ПРН 16. Застосовувати знання з охорони праці, цивільного захисту при розробці критеріїв прийняття і реалізації управлінських рішень з використанням відповідних методів

	<p>та принципів у сфері професійної діяльності.</p> <p>ПРН 17. Вміти застосовувати та підвищувати ефективність HR-маркетингу підприємства, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани організації.</p> <p>ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.</p> <p>ПРН 19. Вміти організовувати службу маркетингу на підприємстві як підрозділу, що забезпечує координацію та оптимізацію діяльності всіх структур підприємства.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Розробники програми: 1 доктор економічних наук, професор, 2 кандидати економічних наук, доценти. Всі розробники є штатними співробітниками Полтавської державної аграрної академії.</p> <p>Гарант освітньо-професійної програми: доктор економічних наук, професор.</p> <p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також професіонали-практики, здобувачі вищої освіти, випускники.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається також за рахунок участі у професійних тренінгах, семінарах, майстер-класах тощо.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти та є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, зокрема:</p> <ul style="list-style-type: none"> навчальні приміщення; комп'ютерні класи (лабораторії); спеціалізовані лабораторії; спортивний зал, спортивні майданчики; бібліотека, читальний зал; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; приміщення для науково-педагогічних працівників; гуртожитки; пункти харчування; та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> бібліотека, читальний зал з достатнім фондом навчальної, наукової літератури та фахових періодичних видань; електронна бібліотека ПДАА: http://lib.pdaa.edu.ua/ офіційний сайт ПДАА: https://www.pdaa.edu.ua/; віртуальне навчальне середовище; необмежений доступ до мережі Інтернет, точки бездротового доступу до мережі; корпоративна пошта;

	<p>навчальні та робочі плани; графіки навчального процесу; комплекси навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін; навчальні та робочі програми навчальних дисциплін; наскрізна програма практики, програми практик; електронний ресурс, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт, кваліфікаційної роботи; програма державної атестації; репозитарій ПДАА та ін.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Полтавською державною аграрною академією та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе на загальних умовах.

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Інноваційний розвиток підприємства	3	залік
ОК 2	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 3	Охорона праці в галузі та цивільний захист	3	екзамен
ОК 4	HR-маркетинг	4,5	екзамен
ОК 5	Брендинг	4,5	екзамен
ОК 6	Інтернет-маркетинг	3	залік
ОК 7	Курсова робота «Логістичний менеджмент»	3	диф. залік
ОК 8	Курсова робота «Стратегічний маркетинг»	3	диф. залік
ОК 9	Логістичний менеджмент	3	екзамен
ОК 10	Психологія маркетингу та реклами	3	екзамен
ОК 11	Стратегічний маркетинг	4,5	екзамен
ОК 12	Управління маркетингом в аграрних підприємствах	3	екзамен
ОК 13	Виробнича практика (стажування з фаху)	6	диф. залік
ОК 14	Виробнича практика (переддипломна практика)	6	диф. залік
ОК 15	Захист кваліфікаційної роботи	1,5	захист
ОК 16	Підготовка кваліфікаційної роботи	12	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми*			
Загальний обсяг вибіркового компонент		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

*Згідно із Законом «Про вищу освіту», студенти мають право на «вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. При цьому здобувачі певного рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням з керівником відповідного факультету чи підрозділу».

Механізм реалізації права студентів на вибір навчальних дисциплін визначено Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавській державній аграрній академії.

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Семестр	Код н/д	Код компонентів ОПШ, що передують вивченню																
		1 семестр						2 семестр						3 семестр				
		OK 1	OK 2	OK 3	OK 6	OK 11	OK 8	OK 12	OK 5	OK 9	OK 7	OK 13	OK 4	OK 10	OK 14	OK 15	OK 16	
1 семестр	OK 1																	
	OK 2																	
	OK 3																	
	OK 6																	
	OK 11																	
	OK 8																	
	OK 12																	
2 семестр	OK 5	•			•	•	•											
	OK 9	•			•	•	•	•										
	OK 7				•		•	•		•								
	OK 13		•	•	•	•	•	•	•	•	•							
3 семестр	OK 4	•				•	•	•	•									
	OK 10				•				•			•						
	OK 14		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•					
	OK 15		•															
	OK 16	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	<i>Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.</i>
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<i>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 не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</i>
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	<i>Відповідно до Положення у Полтавській державній аграрній академії видається документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти Магістр із присвоєнням кваліфікації магістр маркетингу</i>

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Код н/д ЗК, ФК	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16
ЗК 1	•	•	•				•	•	•	•	•	•	•	•		•
ЗК 2	•				•	•							•	•	•	•
ЗК 3			•										•	•	•	•
ЗК 4	•		•										•	•		•
ЗК 5				•						•			•	•		•
ЗК 6	•	•				•				•			•	•		•
ЗК 7	•				•								•	•		•
ЗК 8					•		•	•	•			•	•	•		•
ЗК 9			•										•	•	•	•
ЗК 10				•									•	•		•
ЗК 11				•	•					•		•	•	•		•
ФК 1	•	•				•				•			•	•		•
ФК 2	•	•								•			•	•		•
ФК 3		•								•			•	•		•
ФК 4	•			•	•	•				•			•	•		•
ФК 5						•	•	•	•		•	•	•	•		•
ФК 6				•	•		•	•	•		•	•	•	•		•
ФК 7	•						•	•	•		•		•	•		•
ФК 8				•			•	•	•		•	•	•	•		•
ФК 9	•				•	•				•			•	•		•
ФК 10				•						•		•		•		•
ФК 11					•	•								•		•

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р)
відповідними компонентам освітньо-професійної програми**

Код н/д ПРН	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16
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				•			•		•				•	•		•
ПРН 15	•					•				•			•	•		•
ПРН 16			•										•	•		•
ПРН 17				•										•		•
ПРН 18					•	•				•				•		•
ПРН 19				•				•			•	•		•		•