

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти	другий (магістерський)
спеціальність	075 Маркетинг
галузь знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація	магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Вченою радою ДДМА  
протокол № 3 від 04.10.2018 р.

ВВОДИТЬСЯ В ДІЮ

з \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

Ректор

\_\_\_\_\_ В.Д. Ковальов  
(наказ № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.)



Краматорськ  
2018

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

Освітня програма обговорена та схвалена на засіданні кафедри менеджменту,  
протокол №\_\_ від \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

В.о. завідувача кафедри:



І. П. Фоміченко, канд. екон. наук, доцент

Керівник проектної групи спеціальності:



З. С. Каїра, д-р екон. наук, професор

Помічник ректора:



Н. Ю. Рекова, д-р екон. наук, професор

Перший проректор з науково-педагогічної роботи:



А. М. Фесенко, канд. техн. наук, професор

## ПЕРЕДМОВА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

1. Про вищу освіту: Закон України №1556-VII від 01.07.2014 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
2. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України №1341 від 23.11.2011 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
3. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 28.07.2010 р. №327. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
4. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
5. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 р. № 1648).
6. Лист Міністерства освіти і науки України від 28.04.2017 р. №1/9-234.
7. A Tuning Guide to Formulating Degree Programme Profiles Including Programme Competences and Programme Learning Outcomes. Bilbao, Groningen and The Hague, 2010. URL: [http://www.core-project.eu/documents/Tuning\\_Guide\\_Publicada\\_CoRe.pdf](http://www.core-project.eu/documents/Tuning_Guide_Publicada_CoRe.pdf).
8. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 р. № 889-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.
9. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 07.06.2001 р. № 2493-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14>.

Розроблено робочою групою у складі:

- |    |  |                         |
|----|--|-------------------------|
| 1. | Каїра Зоя Степанівна, професор кафедри менеджменту, доктор економічних наук, професор                                    | голова<br>робочої групи |
| 2. | Бурцева Олена Єгорівна, докторант кафедри менеджменту (спеціальність 075 «Маркетинг»), кандидат економічних наук, доцент | член робочої<br>групи   |
| 3. | Фоміченко Інна Петрівна, доцент кафедри менеджменту, кандидат економічних наук, доцент                                   | член робочої<br>групи   |

## Рецензії зовнішніх стейкхолдерів

1. Кравець Д.С., начальник бюро маркетингу металургійного виробництва ПрАТ «НКМЗ», м. Краматорськ
2. Цимарман Є.В. генеральний директор ПАТ «ВЕСКО», м. Дружківка
3. Алпєєв В.О., начальник відділу маркетингу та логістики ПрАТ «ГРЕТА», м. Дружківка
4. Жданов І.П., генеральний директор ПрАТ «СКМЗ», м. Краматорськ

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Донбаської державної машинобудівної академії.

### 1.

### Профіль

#### освітньої програми

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти, структурного підрозділу</b>	Донбаська державна машинобудівна академія Міністерства освіти і науки України, факультет економіки та менеджменту
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	магістр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів, термін навчання – 1 рік 4 міс.
<b>Цикл / рівень</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• за Національною рамкою кваліфікацій (НРК) України – 7 рівень</li><li>• за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – 2 цикл;</li><li>• за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – 7 рівень</li></ul>
<b>Передумови</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• наявність ступеня бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста;</li><li>• умови вступу визначаються Правилами прийому до Донбаської державної машинобудівної академії, розробленими на основі Умов прийому до закладів вищої освіти, затверджених Міністерством освіти і науки України для року вступу.</li></ul> <p>Для здобуття ступеня магістра також приймаються особи, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти або здобувають його не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план.</p>
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська, англійська

<b>Термін дії освітньої програми</b>	Відповідно до сертифікату про акредитацію
<b>Інтернет –адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.dgma.donetsk.ua/osvitni-programi.html">http://www.dgma.donetsk.ua/osvitni-programi.html</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка фахівців високого рівня, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з проведення ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств та організацій, здатні впроваджувати отримані знання в наукових дослідженнях, пов'язаних з проблемами розвитку маркетингової теорії.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</b>	Галузь знань 07 - Управління та адміністрування Спеціальність 075 - Маркетинг
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Підготовка фахівців високого рівня до організаційно-управлінської, аналітичної та науково-дослідної діяльності в області теорії та практики маркетингу
<b>Особливості програми</b>	Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку маркетологів, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища та науково-дослідної сфери.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як керівники або виконавці маркетингових служб; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу; науково-дослідницькі організації, пов'язані з вирішенням маркетингових проблем; установи системи вищої освіти. Випускники можуть працювати на посадах: викладача вищих навчальних закладів та науковця, спеціаліста науково-дослідницької установи, керівника та замісника керівника підприємства, установи та організації; керівника департаменту маркетингу, керівника підрозділів збуту й логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівника підрозділу з маркетингових досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога-аналітика; спеціаліста із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліста з інтернет-маркетингу. Відповідно до Державного класифікатора посад і професій випускники придатні до працевлаштування за професіями: 1210 Керівники підприємств, установ та організацій 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні 1228 Керівники виробничих підрозділів у побутовому обслуговуванні 1229.6 Керівники підрозділів у сфері культури, відпочинку та спорту 1229.7 Керівники інших основних підрозділів в інших сферах

	<p>діяльності</p> <p>1233 Директор з маркетингу, Начальник відділу збуту (маркетингу)</p> <p>1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)</p> <p>1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання</p> <p>1238 Керівники проектів та програм</p> <p>1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі</p> <p>1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні</p> <p>1318 Керівники малих підприємств без апарату управління в побутовому обслуговуванні</p> <p>1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі</p> <p>1453 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті</p> <p>1474 Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p>
<b>Подальше навчання</b>	Отримання освіти на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти (доктор філософії)
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання
<b>Оцінювання</b>	Усне та письмове опитування, тести, презентація наскрізних проектів; захист аналітичних звітів, оцінка рефератів та есе; захист розрахункових та розрахунково-графічних робіт тощо. Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни або наукової роботи; мінімальний пороговий рівень оцінки визначається за допомогою якісних критеріїв і трансформується в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали: 90-100%, 75-89%, 55-74% та «менше 55%»
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності</b>	ЗК1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.

	<p>ЗК 2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.</p> <p>ЗК 3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.</p> <p>ЗК 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.</p> <p>ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.</p>
<b>Фахові компетентності</b>	<p>СК1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК 3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.</p> <p>СК 4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК 5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК 6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>СК 7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК 8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК 9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
<p>РН1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>РН 2. Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.</p> <p>РН 3. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.</p> <p>РН 4. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.</p> <p>РН 5. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.</p> <p>РН 6. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.</p> <p>РН 7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>РН 9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>РН 10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.</p>	

РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.  
 РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.  
 РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.  
 РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

**8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми**

<p><b>Кадрове забезпечення</b></p>	<p>Розробники програми: 1 доктор наук, 2 кандидати наук, доценти. Всі розробники є штатним співробітниками Донбаської державної машинобудівної академії. До забезпечення виконання програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти з кваліфікацією відповідно до спеціальності 075 Маркетинг. До викладання дисциплін загальної підготовки залучаються науково-педагогічні працівники, сфера кваліфікації яких відповідає змісту програмних результатів навчання, які забезпечуються відповідними дисциплінами. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації.</p>
<p><b>Матеріально-технічне забезпечення</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• навчальні корпуси;</li> <li>• гуртожитки;</li> <li>• тематичні кабінети;</li> <li>• спеціалізовані лабораторії;</li> <li>• комп'ютерні класи;</li> <li>• пункти харчування;</li> <li>• точки бездротового доступу до мережі Інтернет;</li> <li>• мультимедійне обладнання;</li> <li>• спортивний зал, спортивні майданчики.</li> </ul>
<p><b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• офіційний сайт ДДМА: <a href="http://www.dgma.donetsk.ua/">http://www.dgma.donetsk.ua/</a> українською та англійською мовою</li> <li>• наукова бібліотека, читальні зали із доступом до щонайменше 6 вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю;</li> <li>• віртуальне навчальне середовище Moodle;</li> <li>• пакет MS Office 365;</li> <li>• доступ до баз даних періодичних наукових видань Scopus та Web of Science;</li> <li>• робочі навчальні плани;</li> <li>• графіки навчального процесу</li> <li>• навчально-методичні комплекси дисциплін (робочі програми навчальних дисциплін; дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт);</li> <li>• засоби діагностики (критерії оцінювання рівня підготовки; пакети комплексних контрольних робіт)</li> </ul>

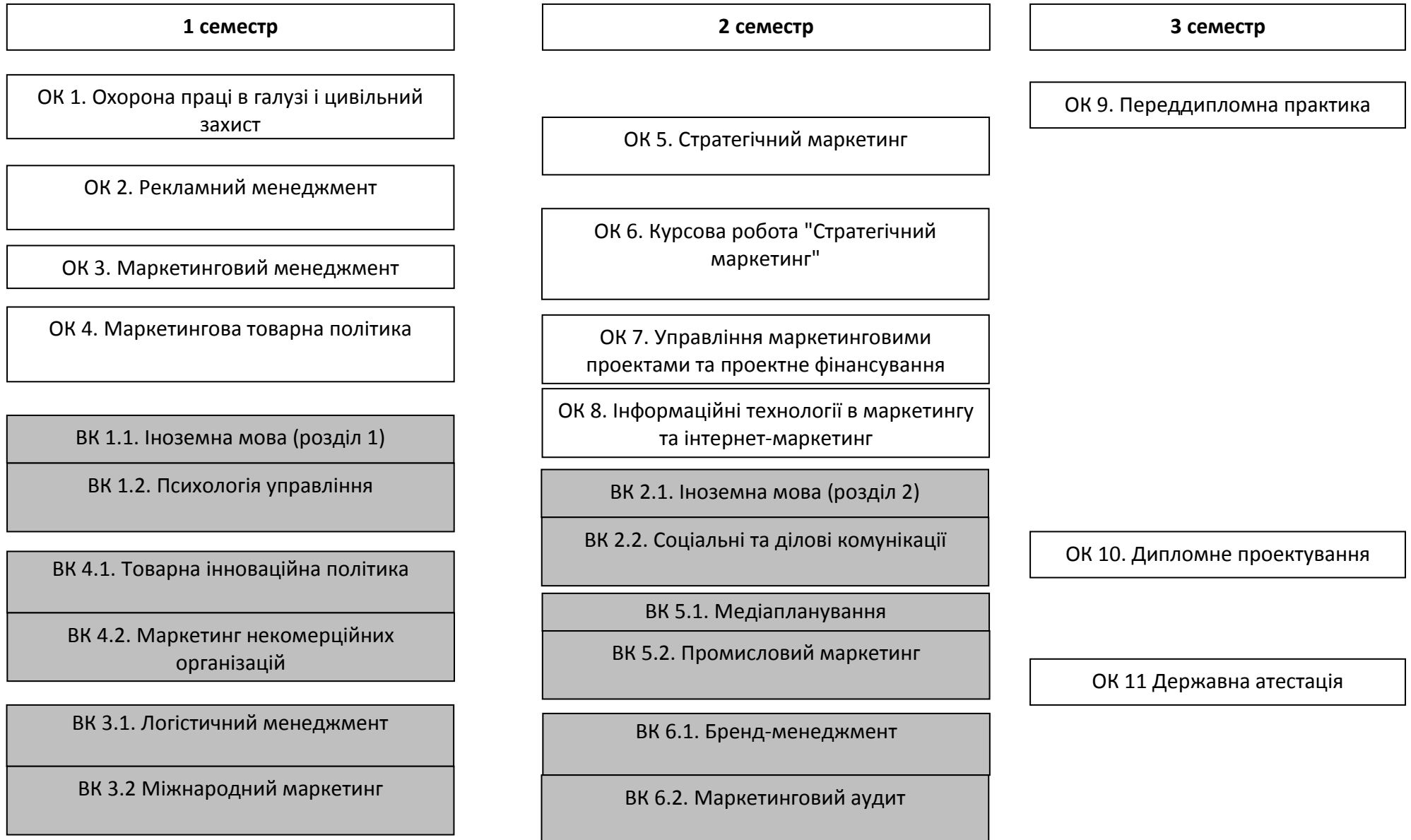


## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1 Перелік компонент ОП

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ОК 1	Охорона праці в галузі і цивільний захист	3,0	екзамен
ОК 2	Рекламний менеджмент	4,0	екзамен
ОК 3	Маркетинговий менеджмент	5,0	екзамен
ОК 4	Маркетингова товарна політика	5,0	екзамен
ОК 5	Стратегічний маркетинг	6,0	екзамен
ОК 6	Курсова робота "Стратегічний маркетинг"	1,0	диф. залік
ОК 7	Управління маркетинговими проектами та проектне фінансування	5,0	екзамен
ОК 8	Інформаційні технології в маркетингу та інтернет-маркетинг	5,0	диф. залік
ОК 9	Переддипломна практика	6,0	диф. залік
ОК 10	Дипломне проектування	21,0	-
ОК 11	Державна атестація (захист кваліфікаційної роботи магістра)	3,0	державна атестація
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>64,0</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ВК 1.1	Іноземна мова (розділ 1)	4,0	залік
ВК 1.2	Психологія управління		
ВК 2.1	Іноземна мова (розділ 2)	4,0	екзамен
ВК 2.2	Соціальні та ділові комунікації		
ВК 3.1	Логістичний менеджмент	4,0	залік
ВК 3.2	Міжнародний маркетинг		
ВК 4.1	Товарна інноваційна політика	5,0	диф. залік
ВК 4.2	Маркетинг некомерційних організацій		
ВК 5.1	Медіапланування	5,0	екзамен
ВК 5.2	Промисловий маркетинг		
ВК 6.1	Бренд-менеджмент	4,0	диф. залік
ВК 6.2	Маркетинговий аудит		
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>26,0</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>90,0</b>	

## 2.2 Структурно-логічна схема



### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

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





