

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол засідання вченої ради
Українського державного
університету залізничного транспорту
«28» лютого 2017 р. № 2

(В редакції після перегляду.
Протокол засідання вченої ради
Українського державного
університету залізничного транспорту
«___» лютого 2021 р. № ___

Ввести в дію
з 2021/2022 навчального року

Ректор
_____ Сергій ПАНЧЕНКО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти:	другий
Ступінь вищої освіти:	магістр
Галузь знань:	07 Управління і адміністрування
Спеціальність:	075 Маркетинг

Харків – 2020 р.

1. Преамбула

Законом України «Про вищу освіту» встановлено, що:

1) освітньо-професійна програма – єдиний комплекс освітніх компонентів (навчальних дисциплін, індивідуальних завдань, практик, контрольних заходів тощо), спрямованих на досягнення передбачених такою програмою результатів навчання, що дає право на отримання визначеної освітньої або освітньої та професійної (професійних) кваліфікації (кваліфікацій);

2) стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми:

обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання;

перелік обов'язкових компетентностей випускника;

нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання;

форми атестації здобувачів вищої освіти;

вимоги до створення освітніх програм підготовки за галуззю знань, двома галузями знань або групою спеціальностей (у стандартах рівня молодшого бакалавра), міждисциплінарних освітньо-наукових програм (у стандартах магістра та доктора філософії);

вимоги професійних стандартів (за їх наявності);

3) освітня програма повинна містити:

перелік освітніх компонентів, їх логічну послідовність;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою;

кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти;

4) заклад вищої освіти на підставі відповідної освітньої програми розробляє навчальний план, що визначає перелік та обсяг освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, їх логічну послідовність, форми організації освітнього процесу, види та обсяг навчальних занять, графік навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю, що забезпечують досягнення здобувачем відповідного ступеня вищої освіти програмних результатів навчання. На основі навчального плану у визначеному закладом вищої освіти порядку для кожного здобувача вищої освіти розробляються та затверджуються індивідуальні навчальні плани на кожний навчальний рік.

Освітньо-наукову програму «Маркетинг» в редакції після перегляду:

1) розроблено на основі Стандарту вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління і адміністрування, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960, робочою групою кафедри маркетингу Українського державного університету залізничного транспорту у складі:

ЗОРІНА Олена Іванівна	– професор кафедри маркетингу, доктор екон. наук, керівник групи;
СИВОЛОВСЬКА Олена Вікторівна	– доцент кафедри маркетингу, кандидат екон. наук;
ДЕРГОУСОВА Алла Олександрівна	– доцент кафедри маркетингу, кандидат екон. наук;
ВОЛОХОВ Володимир Анатолійович	– доцент кафедри маркетингу, кандидат екон. наук;

з залученням та врахуванням позицій і потреб таких стейкхолдерів:

ТРОЙНИКОВ Дмитро Сергійович	– Регіональна філія «ПІВДЕННА ЗАЛІЗНИЦЯ» АТ «Укрзалізниця» Служба комерційної роботи та маркетингу виробничого підрозділу
ШЕЛКОВАЯ Марія Олександрівна	– директор Харківського регіонального управління ПрАТ «Unives»
ДОЛІНСЬКА Тетяна Володимирівна	– Master of Business Administration Співвласник ТОВ «ХОСТМАЙСТЕР» Співзасновник ТОВ «УКРАЇНСЬКИЙ ПІВДЕННИЙ МЕРЕЖЕВИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР»

2) схвалено на засіданні:

кафедри маркетингу від «24» грудня 2020 р. (протокол № ____);

науково-методичної комісії економічного факультету від «25» грудня 2020 р.
(протокол № ____);

вченої ради економічного факультету від «28» грудня 2020 р. (протокол № 4);

3) затверджено на засіданні вченої ради Українського державного університету
залізничного транспорту від «____» лютого 2021 р. (протокол № ____).

2. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

2.1. Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління і адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь (рівень) вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Опис предметної області	<p>Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність підприємств, у тому числі залізничного транспорту, як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка конкурентоспроможних фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними маркетинговими та управлінськими 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.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно категорійний апарат, принципи, функції, концепції 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>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та маркетингові технології та інструменти, необхідні для забезпечення</p>

	ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні та професійні права випускників	Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
Кількість семестрів/років навчання	3 /1 рік, 4 міс.

2.2. Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітньо-професійною програмою: наявність освітнього ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста).

2.3. Кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання освітньо-наукової програми становить 90 кредитів ЄКТС.

Практика має складати не менше 4 кредитів ЄКТС.

Мінімум 35 відсотків обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за освітньо-професійною програмою, визначених Стандартом вищої освіти магістра за спеціальністю 273 Залізничний транспорт галузі знань 27 Транспорт, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 966.

Обсяг дисциплін вільного вибору студентів має становити не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених освітньою програмою.

2.4. Очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти

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 компетентності	ЗК 01	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
	ЗК 02	Здатність спілкуватися іноземною мовою

	ЗК 03	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
	ЗК 04	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
	ЗК 05	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
	ЗК 6	Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми
	ЗК 7	Здатність приймати обґрунтовані рішення
	ЗК8	Здатність працювати в міжнародному контексті
	ЗК9	Здатність розробляти та управляти проектами
	ЗК 10	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	ФК 01	. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
	ФК 02	. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
	ФК 03	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
	ФК 04	. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
	ФК 05	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
	ФК 06	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
	ФК 07	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків.
	ФК 08	. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
	ФК 09	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

PH 01. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

PH 02. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

PH 03. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

PH 04. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

PH 05. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

PH 06. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

PH 07. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

PH 08. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

PH 09. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

PH 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів

PH 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

PH 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

PH 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

PH 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

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

Відповідність результатів навчання та компетентностей наведена в таблиці 1, відповідність результатів навчання та освітніх компонент – в таблиці 2.

3. Перелік освітніх компонентів та їх логічна послідовність

№ з/п	Освітня компонента	Кількість кредитів ЄКТС	Тривалість вивчення (у семестрах)	Форма підсумкового контролю
1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ				
ОК 01	Глобальна економіка	4	1	екзамен
ОК 02	Облік і оподаткування в сфері послуг	3,5	1	залік
ОК 03	Бізнес планування	3	1	залік
ОК 04	Економічна оцінка маркетингових проектів та бізнес планів	3,5		
	Обсяг нормативних освітніх компонент	14	-	-
Дисципліни вільного вибору студента циклу загальної підготовки				
ВК 01	Дисципліна 1**	4	1	*
ВК 02	Дисципліна 2**	4	1	*
	Обсяг вибіркового освітніх компонент	8	-	-
	Загальний обсяг освітніх компонент циклу	22	-	-
2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ				
ОК 05	Логістичний менеджмент	4	1	екзамен
ОК 06	Курсова робота з дисципліни «Логістичний менеджмент»	1	-	захист
ОК 07	Рекламний менеджмент	4	1	залік
ОК 08	Маркетинговий менеджмент	4	1	екзамен
ОК 07	Курсова робота з дисципліни «Маркетинговий менеджмент»	1	-	захист
ОК 08	Бренд менеджмент	3,5	1	екзамен
ОК 09	Економічна діагностика	3	1	залік
ОК 10	Конкурентна стратегія підприємства	3	1	залік
	Обсяг нормативних освітніх компонент	23,5	-	-

Дисципліни вільного вибору студента циклу професійної підготовки				
ВК 03	Дисципліна 1**	3,5	1	*
ВК 04	Дисципліна 2**	3,5	1	*
ВК 05	Дисципліна 3**	4	1	*
ВК 06	Дисципліна 4**	3,5	1	*
	Обсяг вибіркового освітнього компонент	10,5	-	-
	Загальний обсяг освітніх компонент циклу	34	-	-
ОК 11	Виробнича практика	8	-	залік
ОК 12	Переддипломна практика	6	-	залік
ОК 13	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи	16	1	-
	Загальний обсяг освітньо-наукової програми	90	-	-

* - форма підсумкового контролю визначається навчальним планом;

** - освітня компонента визначається за результатами вибору студентів відповідно до встановленого порядку.

Логічна послідовність вивчення освітніх компонент визначається їх черговістю за початком вивчення (для освітніх компонент, які вивчаються протягом кількох семестрів початок вивчення освітніх компонент визначається першим семестром їх вивчення). Освітні компоненти наступної черги не можуть вивчатися до або одночасно з початком вивчення освітніх компонент попередньої черги.

Черговість вивчення освітніх компонент:

1) освітні компоненти першої черги:

логістичний менеджмент;

бізнес планування;

рекламний менеджмент

2) освітні компоненти другої черги:

маркетинговий менеджмент;

бренд менеджмент;

3) освітні компоненти третьої черги:

виробнича практика;

переддипломна практика;

4) освітня компонента четвертої черги:

підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи.

5) черговість вивчення інших освітніх компонент визначається навчальним планом.

4. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачити розв'язання складної спеціалізованої (наукової, прикладної, практичної) задачі або практичної проблеми дослідницького та/або інноваційного характеру, що характеризується комплексністю та невизначеністю ринкових умов і вимог з розробки, впровадження та розрахунку ефективності маркетингових проєктів.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному веб-сайті або у репозитарії Українського державного університету залізничного транспорту, або веб-сайті його структурного підрозділу</p>

5. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Українському державному університеті залізничного транспорту функціонує система забезпечення 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 закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, 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 освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників і здобувачів вищої освіти.

Таблиця 2 – Матриця відповідності результатів навчання та освітніх компонент

Програмні результати навчання	Освітні компоненти										
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11
PH 01								+	+	+	+
PH 02				+		+			+	+	+
PH 03			+	+		+			+	+	+
PH 04				+		+	+		+	+	+
PH 05				+		+		+	+	+	+
PH 06					+	+			+	+	+
PH 07	+	+							+	+	+
PH 08								+	+	+	+
PH 09		+		+		+			+	+	+
PH 10						+	+		+	+	+
PH 11				+		+			+	+	+
PH 12						+	+	+	+	+	+
PH 13						+	+	+	+	+	+
PH 14				+		+	+		+	+	+
PH 15				+		+		+	+	+	+

Професор кафедри маркетингу

О.І. Зоріна

Доцент кафедри маркетингу

О.В. Сиволовська

Доцент кафедри маркетингу

А.О. Дергоусова

Доцент кафедри маркетингу

В.А. Волохов

Голова органу студентського самоврядування
економічного факультету,
студентка 4 курсу
(перший (бакалаврський) рівень)

І.Д. Медведєва