

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ**

«ПОГОДЖЕНО»

Голова науково-методичної комісії
факультету економіки та
менеджменту
Павликівська О. І.

« _____ » _____ 2016р.

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор ТНТУ ім. Івана Пулюя
Ясній П.В.

« _____ » _____ 2016 р.

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 «Маркетинг»
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	другий
СТУПІНЬ	магістр
ПРОФЕСІЙНА КВАЛІФІКАЦІЯ	1233 «Директор з маркетингу» або 1475 «Менеджер (управитель) з маркетингу»

СХВАЛЕНО:

Вченою радою Тернопільського
національного технічного
університету імені Івана Пулюя
протокол №
від « _____ » _____ 2016 р.
Вчений секретар

_____ Г.М. Крамар

I. Преамбула

Освітня програма вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» другого рівня вищої освіти ступеня «магістр» затверджено та введено в дію Наказом ректора Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя № ____ від «__» _____ 2016 р.

РОЗРОБНИКИ СТАНДАРТУ:

Федорович Роман Володимирович, кандидат економічних наук, завідувач кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Краузе Ольга Ігорівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Освітня програма вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» другого рівня вищої освіти ступеня «магістр» розглянута та схвалена на засіданні науково-методичної комісії факультету економіки та менеджменту (протокол № ____ від «__» _____ 2016 р.), враховано зауваження та пропозиції керівників виробничих підприємств Тернопільської області.

II. Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень / Магістр
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня кваліфікація	магістр з маркетингу
Професійна(і) кваліфікація(ї) (тільки для регульованих професій)	1233 «Директор з маркетингу» або 1475 «Менеджер (управитель) з маркетингу»
Кваліфікація в дипломі	<u>Освітня кваліфікація</u> – «Магістр з маркетингу» <u>Професійна кваліфікація</u> – 1233 «Директор з маркетингу» або 1475 «Менеджер (управитель) з маркетингу»
Опис предметної області	<p><u>Об'єкти вивчення та діяльності:</u> загальноекономічні та професійні знання, вміння та навички для виконання управлінських функцій та типових задач діяльності у сфері маркетингу</p> <p><u>Цілі навчання:</u> підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.</p> <p><u>Теоретичний зміст предметної області:</u> методи управління маркетинговою діяльністю підприємства; планування товарної інноваційної політики; рекламне забезпечення маркетингової діяльності; формування маркетингової стратегії і тактики фірми; розвиток маркетингу в умовах глобалізації, інформатизації, інтеграції та екологізації.</p> <p><u>Методи, методики та технології:</u> управління маркетинговою діяльністю на підприємстві; визначення цільової аудиторії реклами, розробка концепції рекламованого товару; вибір оптимальних каналів розподілу продукції, підбір посередників для збуту продукції; сучасні прийоми і методи управління; комплексна оцінка ринкової ситуації; прогнозування кон'юнктурних внутрішніх, міжнародних і світових товарних ринків.</p> <p><u>Інструменти або обладнання:</u> маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; Глобальна мережа;</p>

	інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи
Академічні права випускників	Магістр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання в аспірантурі, а саме, має можливість продовження навчання за програмою третього циклу FQ-EHEA, 8 рівня EQF LLL та 8 рівня НРК.
Працевлаштування випускників (для регульованих професій - обов'язково)	Первинні посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогноною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.

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

Обсяг освітньої програми підготовки магістра з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» складає 90 кредитів ЄКТС, у т.ч.: модулі циклу загальної підготовки – 14 кредитів, модулі професійної підготовки – 46 кредитів, практичної підготовки – 18 кредитів, атестація (дипломне проектування та захист дипломної роботи) – 12 кредитів.

Набір на спеціальність 075 «Маркетинг» освітнього рівня «магістр» випускників ТНТУ ім. І. Пулюя здійснюється за рейтингом дипломів спеціальність 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» та результатами складання вступного випробування з іноземної мови.

IV. Перелік компетентностей випускника

<p>Інтегральна компетентність</p>	<p>Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу при здійсненні організаційно-економічної, управлінської та наукової діяльності на підприємствах, у торговельних організаціях, службах постачання і збуту, консалтингових та рекламних фірмах, що передбачає проведення маркетингових досліджень та впровадження інновацій за невизначеності умов господарювання</p>
<p>Загальні компетентності</p>	<p><u>Соціально-особистісні</u> КСО 1. Здатність працювати в команді; КСО 2. Здатність до системного мислення</p> <p><u>Системні</u> КС 1. Здатність гнучко адаптуватися до різних професійних ситуацій, проявляти творчий підхід, ініціативу; КС 2. Здатність розуміти, використовувати та генерувати нові ідеї;</p> <p><u>Інструментальні</u> КІ 1. Здатність до усної комунікації іноземною мовою за професійним спрямуванням; КІ 2. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</p>	<p><u>Загально-професійні</u> КЗП 1. Здатність застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних маркетингових задач; КЗП 2. Здатність до аналізу та прогнозування розвитку соціально-економічних процесів і систем;</p> <p><u>Спеціалізовано-професійні</u> КСП 1. Здатність до маркетингового стратегічного аналізу, проектування та впровадження маркетингових стратегій; КСП 2. Здатність до застосування системи методів та алгоритмів керування маркетинговою діяльністю на підприємстві; КСП 3. Здатність управління інноваційною діяльністю підприємства на основі впровадження маркетингових технологій; КСП 4. Здатність здійснювати маркетингову діяльність в міжнародному контексті; КСП 5. Володіння навичками оптимізації бізнес-процесів на підприємстві</p>

V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Соціально-особистісні

PH.CO1. Володіння навичками адекватної взаємодії й міжособистісної комунікації, критичного мислення, вміння застосовувати основи методології економічної та маркетингової освіти;

PH.CO2. Володіння навичками особистого акмеологічного розвитку;

PH.CO3. Уміння критично оцінювати свої недоліки та переваги, намічати шляхи та обирати засоби розвитку переваг та усунення недоліків.

Системні

PH.C1. Уміння критично оцінювати та виявляти недоліки у категоріальній системі маркетингу;

PH.C2. Уміння застосовувати здатність системного мислення, креативність щодо генерування нових ідей, вміння її відстоювати та цілеспрямовано реалізовувати

Інструментальні

PH.I1. Уміння застосовувати основи методології проведення наукових досліджень;

PH.I2. Володіння навичками дослідження та виявлення тенденцій розвитку маркетингових систем на всіх рівнях;

PH.I3. Володіння іноземною мовою за професійним спрямуванням.

Загально-професійні

PH.3P1. Уміння виявляти проблеми щодо розвитку підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності за використання маркетингового інструментарію;

PH.3P2. Уміння критично оцінювати запропоновані варіанти управлінських рішень щодо комплексу маркетингу підприємства;

PH.3P3. Уміння оцінювати та обґрунтовувати застосування інноваційних технологій у сфері управління маркетингом підприємства

Спеціалізовано-професійні

PH.SP1. Уміння застосовувати на практиці навички управління інвестиційною діяльністю (в т.ч. інноваціями);

PH.SP2. Уміння розробляти бюджети на всіх рівнях управління маркетингом;

PH.SP3. Володіння навичками маркетингового управління;

PH.SP4. Уміння ухвалювати управлінські рішення за невизначеності зовнішнього середовища;

PH.SP5. Уміння управляти інтелектуальним бізнесом підприємства;

PH.SP6. Володіння навичками застосування на практиці сучасних методів моніторингу та оцінки впливу бізнес-середовища на діяльність підприємства

PH.SP7. Володіння навичками розробки моделей управління комплексом маркетингу на підприємстві

PH.SP8. Володіння навичками розробки комплексу маркетингових заходів з метою розробки, апробації та виведення нового товару на ринок

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Публічний захист магістерської кваліфікаційної роботи
Вимоги до магістерської роботи	<p>Магістерська робота є закінченим науковим дослідженням, вона повинна мати внутрішню єдність та свідчити про підготовленість автора до виконання професійних обов'язків з використанням набутих інтегрованих знань, умінь і практичних навичок. Екзаменаційній комісії обов'язково подаються матеріали, що характеризують наукову (творчу) і практичну цінність виконаної роботи, – довідка про апробацію результатів дослідження та/або тези доповідей на науково-практичних конференціях тощо.</p> <p>За всі відомості, викладені в магістерській роботі, порядок використання фактичного матеріалу та іншої інформації під час її написання, обґрунтованість висновків та положень, що в ній захищаються, несе відповідальність безпосередньо студент – автор кваліфікаційної роботи. Згідно Закону України «Про вищу освіту» вищий навчальний заклад зобов'язаний вживати заходів, у тому числі шляхом запровадження відповідних новітніх технологій, щодо запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових роботах здобувачів вищої освіти.</p> <p>Для реалізації вказаних положень студент-автор магістерської роботи додає до друкованого варіанту пояснювальної записки CD з електронним варіантом у форматі PDF.</p>
Вимоги до публічного захисту	<p>До захисту магістерської роботи допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження переддипломної практики, стажування з фаху (для студентів денної форми навчання), у встановлений термін пройшли нормоконтроль.</p> <p>Магістрант захищає дипломну роботу публічно перед Екзаменаційною комісією, яка затверджена наказом ректора університету. Процедура захисту включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; – виступ магістранта; – запитання до автора роботи; – відповіді магістранта; – обговорення на засіданні Екзаменаційної комісії результатів захисту робіт; – рішення Екзаменаційної комісії про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації магістранту. <p>Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації із використання мультимедійної техніки.</p>

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

ІХ. Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти

Пояснювальна записка

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя проводить підготовку магістрів за спеціальністю «Маркетинг».

Діяльність вищого навчального закладу провадиться на принципах:

- 1) автономії та самоврядування;
- 2) розмежування прав, повноважень і відповідальності засновника (засновників), державних органів та органів місцевого самоврядування, до сфери управління яких належить вищий навчальний заклад, органів управління вищого навчального закладу та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій (крім вищих духовних навчальних закладів).

Спеціальні вимоги до зарахування: Набір на спеціальність 075 «Маркетинг» освітнього рівня «магістр» випускників ТНТУ ім. І. Пулюя здійснюється за рейтингом дипломів спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього рівня «бакалавр» та результатами складання вступного випробування з іноземної мови.

Для успішного засвоєння освітньої програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту за однойменною спеціальністю та здібності до оволодіння знаннями, уміннями й навичками в галузі загальноекономічних та фахових наук.

Профіль програми: Програма пропонує комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання. Робиться акцент на здатності здійснювати організаційно-економічну, управлінську та наукову діяльність на підприємствах, у торгівельних організаціях, службах постачання і збуту, консалтингових та рекламних фірмах. Фахівці-маркетологи можуть надавати консультаційні послуги щодо організації маркетингових досліджень, розроблення бізнес-планів, інноваційних проектів. По завершенню навчання випускники-маркетологи успішно вирішують комплекс завдань ринкових досліджень і прогнозів продажу, забезпечують надійну основу для успішних ділових операцій підприємств і фірм маркетингової орієнтації

Професійні профілі випускників з прикладами: фахівець з маркетингу (випускник) здатний виконувати професійні роботи (за Державним класифікатором професій ДК 003: 2010):

Код КП	Професійна назва роботи
1233	Директор з маркетингу Начальник відділу збуту (маркетингу)
1234	Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)
2419.2	Консультант з маркетингу
1475	Менеджер (управитель) з маркетингу
2419.1	– Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) – Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) – Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)
3429	Торговець (обслуговування бізнесу та – реклами)
2419.2	Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Рекламист Економіст із збуту
1317	Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.) Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т.ін.)
1476.1	Менеджер (управитель) з реклами
1475.4	Менеджер (управитель) із збуту
3419	Організатор із збуту
2310.2	Викладач вищого навчального закладу

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
 дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
Загальні компетентності				
Здатність працювати в команді			+	
Креативність, здатність до системного мислення		+		
Здатність гнучко адаптуватися до різних професійних ситуацій, проявляти творчий підхід, ініціативу			+	+
Здатність розуміти, використовувати та генерувати нові ідеї		+		
Здатність до усної комунікації іноземною мовою за професійним спрямуванням			+	
Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій		+		
Спеціальні (фахові) компетентності				
Здатність застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних маркетингових задач		+		
Здатність до аналізу та прогнозування розвитку соціально-економічних процесів і систем		+		
Здатність до маркетингового стратегічного аналізу, проектування та впровадження маркетингових стратегій	+	+		
Здатність до застосування системи методів та алгоритмів керування маркетинговою діяльністю на підприємстві	+	+		
Здатність управління інноваційною діяльністю підприємства на основі впровадження маркетингових технологій		+		+
Здатність здійснювати маркетингову діяльність в міжнародному контексті			+	
Володіння навичками оптимізації бізнес-процесів на підприємстві		+		+

Таблиця 2

Матриця відповідності визначених Стандартом
результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Компетентності													
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності						Спеціальні (фахові) компетентності						
		КСО 1.	КСО 2.	КС 1.	КС 2.	КІ 1.	КІ 2.	КЗП 1.	КЗП 2.	КСП 1.	КСП 2.	КСП 3.	КСП 4.	КСП 5.
РН.СО 1.	+	+	+										+	
РН.СО 2.					+	+	+						+	
РН.СО 3.			+			+								
РН.С 1.			+								+			
РН.С 2.	+		+		+			+	+	+	+			+
РН.І 1.	+				+		+	+	+	+	+			+
РН.І 2.							+	+	+	+				
РН.І 3.						+	+		+				+	
РН.ЗП 1.	+		+	+	+		+	+	+	+				+
РН.ЗП 2.	+		+	+	+			+	+	+	+			+
РН.ЗП 3.	+		+	+	+		+		+	+		+		+
РН.СП 1.	+	+	+	+	+		+	+				+		
РН.СП 2.	+	+	+	+					+	+		+		+
РН.СП 3.	+	+	+	+	+		+	+		+	+			+
РН.СП 4.	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+
РН.СП 5.	+	+	+	+	+		+	+		+		+		
РН.СП 6.		+	+				+		+	+			+	
РН.СП 7.	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+			+