МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

_____ Г.О. Оборський

протокол № 9 від "22" травня 2018 р.

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 20__ р.

Ректор_____ Г.О. Оборський

наказ № 41 від "26" червня 2018 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Другий (магістерський) рівень вищої освіти
(назва рівня вищої освіти)

МАГІСТР
(назва ступеня, що присвоюється)

Галузь знань: 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ
(шифр та назва галузі знань)

Спеціальність: 075 МАРКЕТИНГ
(код та найменування спеціальності)

Кваліфікація освітня МАГІСТР МАРКЕТИНГУ

ОДЕСА - 2018

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація	
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Ступінь	Магістр
Професійна кваліфікація	КП 1233 ЗКППТР 21407 Директор комерційний КП 233 ЗКППТР 24028 Начальник відділу збуту (маркетингу) КП 1233 ЗКППТР 23842 Начальник комерційного відділу

РОЗРОБЛЕНО
Групою забезпечення спеціальності «Маркетинг»
Керівник групи забезпечення _____ Окландер М.А.
"14" травня 2018р.

ПОГОДЖЕНО
Завідувач кафедри маркетингу
_____ Окландер М.А.
"14" травня 2018р.

ПОГОДЖЕНО
Проректор з науково-педагогічної та виховної роботи ОНПУ
_____ Нестеренко С.А.
"17" травня 2018р.

ПОГОДЖЕНО
Проректор з науково-педагогічної та методичної роботи ОНПУ
_____ Свінарьов Ю.М.
"18" травня 2018р.

ПОГОДЖЕНО
Начальник центру із забезпечення якості вищої освіти
_____ Гугнін В.П.
"15" травня 2018р.

І - Преамбула

Освітньо-професійна програма з спеціальності 075 «Маркетинг» розроблена групою забезпечення кафедри маркетингу Навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій тимчасово до введення в дію стандарту вищої освіти з спеціальності

ВНЕСЕНО

Навчально-науковим інститутом бізнесу, економіки та інформаційних технологій

(назва структурного підрозділу вищого навчального закладу)

СКЛАД ГРУПИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Склад	Наукова ступінь та вчене звання, посада	ПІБ	Підпис	Дата
Керівник групи забезпечення	Завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор. Заступник голови підкомісії «Маркетинг» Науково-методичної комісії з бізнесу, управління та права сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України. Віце-президент Української Асоціації Маркетингу. Академік Академії економічних наук України. Головний редактор журналу «Маркетинг і цифрові технології». Член спеціалізованої вченої ради Д 41.052.10.	Окландер Михайло Анатолійович		
Члени проектної групи	Доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу	Яшкіна Оксана Іванівна		
	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу	Чукурна Олена Павлівна		
	Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу	Кірносова Марина Василівна		

В розробці ОПП брала участь здобувач вищої освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем зі спеціальності 075 «Маркетинг» - Григор'єва Ю.А.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів (за наявності):

Назва організації, підприємства тощо	Посада, наукова ступінь та вчене звання	ПІБ	Підпис	Дата
ТОВ «ІННОМВРКЕТ»	**Генеральний директор**	**Сіньковська В.М.**		
ТОВ «АВТОТРЕЙДИНГ ОДЕСА»	**Курівник відділу маркетингу**	**Григор'єва Ю.А.**		

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу ОНПУ

1. ВСТУП

Відповідно до ст. 1 "Основні терміни та їх визначення" Закону України "Про вищу освіту": **освітня програма** – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення, кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти.

Освітня програма використовується під час:

– розроблення навчального плану, програм навчальних дисциплін і практик;

– розроблення засобів оцінювання (ідентифікація компетентностей та вимірювання результатів навчання) якості вищої освіти;

– внутрішнього і зовнішнього контролю якості підготовки здобувачів;

– атестації здобувачів;

– акредитації освітньої програми, інспектування освітньої діяльності за спеціальністю (спеціалізації за наявності);

– визначення змісту навчання в системі перепідготовки та підвищення кваліфікації;

– професійної орієнтації здобувачів спеціальності.

Освітня програма враховує вимоги Закону України "Про вищу освіту", Національної рамки кваліфікацій, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 і встановлює: обсяг та термін навчання бакалаврів; загальні компетентності; спеціальні компетентності; програмні результати навчання; перелік та обсяг навчальних дисциплін для опанування компетентностей освітньої програми; вимоги до структури навчальних дисциплін.

Користувачі освітньої програми:

- здобувачі повної вищої освіти, які навчаються в ОНПУ;
- науково-педагогічні працівники, які здійснюють підготовку бакалаврів з спеціальності 075 «Маркетинг»;
- Екзаменаційна комісія спеціальності 075 «Маркетинг»;
- Приймальна комісія ОНПУ.

Освітня програма поширюється на випускову кафедру маркетингу для підготовки здобувачів 075 «Маркетинг»: Інституту бізнесу, економіки та інформаційних технологій (ІБЕІТ), Українсько-німецького навчально-наукового інституту (УНІ)*, Українсько-іспанського навчально-наукового інституту (УІІ)*, Українсько-польського навчально-наукового інституту (УПІ)*.

* Якщо здобувач ОПП першого освітнього рівня «бакалавр» з спеціальності 075 «Маркетинг» навчається в структурному підрозділі - УНІ, УІІ, УПІ то для забезпечення можливої участі на другому освітньому рівні «магістр» за програмами подвійних дипломів з університетами партнерами, студент має оволодіти мовними компетентностями відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти.

2. НОРМАТИВНІ ПОСИЛАННЯ

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

2.1. Закон України «Про вищу освіту». http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.

2.2. Національна рамка кваліфікацій. Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341. http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п.

2.3. Постанова Кабінету Міністрів України від 26.04.2015 №266 "Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти".

2.4. Національний класифікатор України: "Класифікатор професій" ДК 003:2010", затверджений наказом Держспоживстандарту від 28.07.2010 р. № 327 зі змінами,

затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 16.08.2012 року № 923.

2.5. Положення "Про організацію освітнього процесу в ОНПУ, затверджене наказом Ректора університету № 2 від 27.10.2015р. http://emd.opu.ua/upload/files/emd/polOOP2016.PDF.

2.6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України протокол від 29.03.2016 № 3.

2.7. A Tuning Guide to Formulating Degree Programme Profiles Including Programme Competences and Programme Learning Outcomes. - Bilbao, Groningen and The Hague, 2010.

2.8. A TUNING-AHELO conceptual framework of expected/desired learning outcomes in engineering. OECD Education Working Papers, No. 60, OECD Publishing 2011. Режим доступу: http://dx.doi.org/10.1787/5kghtchn8mbn-en.

2.9. Положення про порядок організації вивчення вибіркових навчальних дисциплін СУЯ – П(ДП – 02-8.1,8.3-2017).

1. Профіль освітньо-професійної програми

підготовки магістра в галузі управління та адміністрування зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Складові	Опис освітньо-професійної програми
Загальна інформація	
Навчальний заклад	Одеський національний політехнічний університет
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь, що присвоюється	Магістр
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Спеціалізація	-
Акредитуюча інституція	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти
Тип диплому та обсяг програми	Обсяг освітньо-професійної програми на основі ступеня бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста становить 90 кредитів ЄКТС, нормативний строк підготовки становить 1 рік 4 місяці.
Період введення	2018-2019 рр.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл, QF-LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень
Обмеження щодо форм навчання	очне (денне), заочне
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти -Магістр Спеціальність - 075 «Маркетинг»
Передумови. Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Згідно вимог ст. 5 Закону України «Про вищу освіту» особа має право здобувати ступінь магістра за умови наявності в неї ступеня бакалавра. Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Одеського національного політехнічного університету», затвердженими Вченою радою ОНПУ.
Мова (и) викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://opu.ua/education/programs

A	Ціль навчальної програми
Програма призначена для розвитку професійних і творчих здібностей студентів та їх підготовки до розв'язання проблем в галузі маркетингу	
B	**Характеристика програми**
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	*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.* *Цілі навчання – підготовка магістрів із маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.* *Теоретичний зміст предметної області: поняття та концепції управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень.* *Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.* *Інструменти та обладнання 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).*
Орієнтація програми	Освітньо-професійна програма
Фокус програми	Програма спрямована на оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління маркетинговою системою та виконання завдань маркетингового спрямування.
Особливості та відмінності	Характерною особливістю даної програми є цілеспрямоване, поглиблене вивчення дисциплін з маркетингу.
C	**Придатність до працевлаштування та подальшого навчання**
Придатність до працевлаштування	Відповідні посади на підприємствах, в системі державного управління та місцевого самоврядування. Самостійне працевлаштування.
Подальше навчання	Можливість продовжувати освіту на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Підвищення професійної кваліфікації впродовж життя.
D	**Стиль та методика навчання**
Підходи до викладання та навчання	Лекції, мультимедійні лекції, інтерактивні лекції, практичні заняття, участь у міждисциплінарних проектах та тренінгах, самостійна робота з використанням підручників, конспектів та шляхом участі у групах з розробки проектів, консультацій із викладачами, підготовки кваліфікаційної роботи магістра
Система/ Методи оцінювання	Екзамени, заліки, лекції, практичні роботи, поточний контроль, розрахунково-графічні, курсові роботи, презентації, Апробація результатів досліджень на наукових конференціях. Публічний захист кваліфікаційної роботи. Наукове керівництво, підтримка і консультування при підготовці кваліфікаційної роботи магістра.

E	Програмні компетентності
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	ЗК1. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК3. Здатність планувати та управляти часом. ЗК4. Здатність спілкуватися з науковцями, представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК5. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети. ЗК6. Професійні етичні зобов'язання ЗК7. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. ЗК8. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності, застосування методів наукового пізнання ЗК9. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК10. Здатність до проведення наукових досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації ЗК11. Прагнення до збереження навколишнього середовища.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК 1. Обізнаність із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу. СК 2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу. СК 3.Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу. СК 4.Здатність зробити оригінальний внесок у розвиток теорії та практики маркетингу. СК 5.Здатність демонструвати оригінальність і творчий підхід до роботи за фахом. СК 6.Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК 7.Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю. СК 8.Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 9.Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 10.Здатність управляти проектами в сфері маркетингової діяльності.
F	**Програмні результати навчання**
	РН1. Вміти використовувати методи та правила управління інформацією та роботу з документами за професійним спрямуванням. Володіти методиками та сучасними засобами інформаційних технологій. РН2. Вміти використовувати комунікаційні технології для підтримування гармонійних ділових та особистісних контактів, як передумову ділового

	успіху. РН3. Знати та розуміти закони та методи міжособистісних комунікацій, норми толерантності, ділових комунікацій у професійній сфері, ефективної праці в колективі, адаптивності. РН4. Уміти складати психологічний портрет людини, підбирати робітників на визначені посади, знаходити шляхи виходу з конфліктної ситуації для ефективного управління персоналом. РН5. Знати та розуміти закономірності, методи та підходи творчої та креативної діяльності, системного мислення у професійній сфері. РН6. Знати основи кадрового менеджменту, авторського праву, професійної педагогіки, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості та спрямовують її до етичних цінностей. РН7. Займатися самоаналізом, використовувати методи адекватної оцінки (самооцінки), критики (самокритики), долати власні недоліки. РН8. Уміння застосовувати знання і розуміння для розв’язання задач, які характерні обраній спеціальності. РН9. Вміти використовувати методи та методики проведення наукових та прикладних досліджень. РН10. Знати методологію системних досліджень, методів дослідження та аналізу складних об'єктів та процесів, розуміти їх складність, їх різноманіття, багатофункціональність для розв’язання прикладних завдань в галузі професійної діяльності. РН11. Систематично читати літературу за фахом (у тому числі закордонну), складати реферати, анотації, аналітичні огляди тощо. РН12. Знати методи проведення досліджень та вміти вдосконалювати методики їх проведення. РН13. Розуміти необхідність бути наполегливим у досягненні мети та якісного виконання робіт у професійній сфері. РН14. Вміти чітко, послідовно та логічно висловлювати свої думки та переконання. РН15. Мати знання щодо забезпечення безпечних умов праці та навколишнього середовища при проведенні досліджень та у виробничій діяльності. РН19. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. РН20. Розуміти наукову і практичну літературу, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток. РН21. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки. РН22. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу. РН23. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі. РН24. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів. РН25. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності. РН26. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи

	ринкового суб'єкта. РН27. Застосовувати наукові підходи та методи для формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу. РН28. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій. РН29. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. РН30. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів. РН31. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. РН32. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. РН33. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. РН34. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
G	**Ресурсне забезпечення реалізації програми**
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	Понад 95% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання циклу дисциплін професійної підготовки, мають відповідні наукові ступені до дисциплін, які викладають
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Використання сучасного обладнання, зокрема https://opu.ua/about/set_up_documents#8
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	Використання віртуального навчального середовища ОНПУ та авторських розробок професорсько-викладацького складу. https://library.opu.ua https://el.opu.ua
H	**Основні компоненти освітньої програми**
	Перелік компонент освітньо-професійної програми наведено в розділі 4.
I	Академічна мобільність (регламентується Постановою КМУ № 579 "Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність" від 12 серпня 2015 року)
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ОНПУ та технічними університетами України.
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі спільних договорів між ОНПУ та університетами партнерами
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	На загальних умовах, та засвоєнні дисципліни «Українська мова як іноземна»

4. РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ЗА ГРУПАМИ КОМПОНЕНТІВ ТА ЦИКЛАМИ ПІДГОТОВКИ

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти ОПП (обов'язкова частина за НП)	Вибіркові компоненти ОПП (вибіркова частина за НП)	Всього за весь термін навчання
1	Цикл дисциплін загальної підготовки: - з терміном навчання 1р 4 м	Немає	9 /10	9 /10
2	Цикл дисциплін професійної підготовки: - з терміном навчання 1р 4 м	58 /64	15 /17	73 /81
3	Індивідуальний вибір студента**: - з терміном навчання 1р 4 м	Немає	8 / 9	8 / 9
4	Всього за весь термін навчання: - з терміном навчання 1р 4 м	58 / 64	32 / 36	90/ 100

Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

Умовні позначення до таблиці:

Термін навчання – 1 рік 4 місяці

4.1. Перелік компонент ОПП

Шифр	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю: Е, З, КР, КП, Захист
1. Обов'язкові компоненти ОПП			
1.1. Цикл дисциплін професійної підготовки (шифр ПП)			
ПП О1.01	Комп'ютерне моделювання складних економічних систем	4,0	Е
ПП О1.02	Маркетингові дослідження інновацій	5,0	Е
ПП О1.03	Стратегічний маркетинг	5,0	Е
ПП О1.04	Логістичний менеджмент	5,0	Е
ПП О1.05	Рекламний менеджмент	5,0	Е
ПП О1.06	Маркетинговий менеджмент	4,0	Е
ПП О1.07	Переддипломна практика	13,5	З
ПП О1.08	Кваліфікаційна робота	16,5	Е
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		**58,0**	
2. Вибіркові компоненти ОПП			
2.1. Цикл дисциплін загальної підготовки (шифр ЗП)			
Блок 1			
ЗП В2.01.1	Безпека технічних систем	3,0	Е
ЗП В2.02.1	Інтелектуальна власність та авторське право	3,0	З
ЗП В2.03.1	Інфокомунікації в освіті, науці та бізнесі	3,0	З
Блок 2			
ЗП В2.01.2	Екологічна безпека	3,0	Е
ЗП В2.02.2	Патентознавство	3,0	З
ЗП В2.03.2	Професійне навчання і професійна кар'єра	3,0	З
	Всього за цикл	**9,0**	
2.2. Цикл дисциплін професійної підготовки (шифр ПП)			
Блок 1			
ПП В2.01.1	Прогнозування в маркетингу	5,0	Е
ПП В2.02.1	Бренд менеджмент	5,0	Е
ПП В2.03.1	Товарна інноваційна політика	5,0	З
Блок 2			
ПП В2.01.2	Методи оптимізації та дослідження операцій в маркетингу	5,0	Е
ПП В2.02.2	Медіапланування	5,0	Е
ПП В2.03.2	Інфраструктура товарного ринку	5,0	З
	Всього за цикл	**15,0**	
2.3. Цикл дисциплін індивідуального вибору (шифр ДІВ)			
Блок 1			
ДІВ В2.01	Маркетинг відносин	5,0	З
ДІВ В2.03	Соціальна відповідальність	3,0	З
Блок 2			
ДІВ В2.02	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	5,0	З
ДІВ В2.04	Організаційна психологія	3,0	З

Шифр	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю: Е, З, КР, КП, Захист
	Всього за цикл**	**8,0**	
ЗП В2.04	Українська мова, як іноземна***	4,5	Е,З
Загальний обсяг вибіркових компонент		**32,0**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**90**	

**Згідно із Законом України “Про вищу освіту” здобувачі вищої освіти мають право на вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та робочим 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". Індивідуальний вибір студента регламентується 5 % від ОПП, тобто не менш ніж 4,5 кредитів за ОПП магістра. Механізми реалізації права здобувачів вищої освіти описані відповідним Положенням про порядок організації вивчення вибіркових навчальних дисциплін СУЯ – П (ДП – 02-8.1,8.3-2017). Вибіркові дисципліни можуть формуватися у блоки, тоді здобувачі вищої освіти вибирає блок дисциплін, після чого усі дисципліни блоку стають обов'язковими для вивчення.

Фахові компетентності щодо спеціальних розділів на вибір здобувачами вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг». Здобувач вищої освіти обирає компетентності та результати навчання за відповідними освітніми компонентами: 1) ПП В. 01.1 або ПП В. 01.2 , 2) ПП В. 02.1 або ПП В. 02.2, 3) ПП В. 03.1 або ПП В. 03.2 ПП В. 03.2, 4) ПП В. 04.1 або ПП ПП В. 04.2 й т.д.

Компетентності індивідуального вибору здобувачами вищої освіти призначені для формування можливості індивідуальної освітньої траєкторії з метою максимальної професійної реалізації. Здобувач вищої освіти обирає компетентності та результати навчання за відповідними освітніми компонентами:

1) ДІВ.01.1 або ДІВ.01.2 або ДІВ.01.3, 2) ДІВ.02.1 або ДІВ.02.2 або ДІВ.02.3, 3) ДІВ.03.1 або ДІВ.03.2 або ДІВ.03.3, 4) ДІВ.04.1 або ДІВ.04.2 або ДІВ.04.3.

*** Вивчається тільки іноземними студентами.

4.2. Структурно-логічна схема ОПП.

4.2.1 Короткий опис логічної послідовності вивчення освітніх компонент здобувачами вищої освіти з терміном навчання 1 рік 4 місяці.

1 семестр (33 кредитів)	*2 семестр (24 кредитів)*	*3 семестр (30 кредитів)*
Маркетингові дослідження інновацій 5,0	Комп'ютерне моделювання складних економічних систем 4,0	Переддипломна практика 13,5
Стратегічний маркетинг 5,0	Маркетинговий менеджмент 4,0	Кваліфікаційна робота 16,5
Логістичний менеджмент 5,0	Інтелектуальна власність та авторське право/Патентознавство 3,0	
Рекламний менеджмент 5,0	Інфокомунікації в освіті, науці та бізнесі/ професійне навчання і професійна кар'єра 3,0	
Безпека технічних систем/Екологічна безпека 3,0	Прогнозування в маркетингу / Методи оптимізації та дослідження операцій в маркетингу 5,0	
Товарна інноваційна політика / Інфраструктура товарного ринку 5,0	Бренд менеджмент / Медіа планування 5,0	
Маркетинг відносин / Комерційна діяльність посередницьких підприємств 5,0	Соціальна відповідальність / Організаційна психологія 3,0	

ОБОВ'ЯЗКОВА ЧАСТИНА

58	9	15	8
Цикл дисциплін професійної підготовки	Цикл дисциплін загальної підготовки	Цикл дисциплін професійної підготовки	Дисципліни індивідуального вибору

5. Матриці

5.1. Матриця співвідношення компетентностей до освітніх компонент ОПП

	Загальні компетентності											Спеціальні компетентності									
Шифри освітніх компонент	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10
Обов'язкові компоненти																					
1.1. Цикл дисциплін професійної підготовки (шифр ПП О)																					
ПП О1.01												+		+			+				
ПП О1.02												+		+			+				
ПП О1.03												+			+		+				
ПП О1.04												+		+							
ПП О1.05														+	+	+					
ПП О1.06														+		+	+				
ПП О1.07												+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПП О1.08												+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2.Вибіркові компоненти																					
2.1.Цикл дисциплін загальної підготовки (шифр ЗП В)																					
Блок 1																					
ЗП В2.01.1		+				+		+	+	+	+										
ЗП В2.02.1		+				+		+	+	+	+										
ЗП В2.03.1	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+											
Блок 2																					
ЗП В2.01.2		+				+			+	+	+										
ЗП В2.02.2		+				+		+	+	+											
ЗП В2.03.2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+											

2.2.Цикл дисциплін професійної підготовки (шифр ПП В)																					
Блок 1																					
ПП В2.01.1																		+			+
ПП В2.02.1																		+	+	+	
ПП В2.03.1																			+	+	
Блок 2																					
ПП В2.01.2																		+			+
ПП В2.02.2																		+	+	+	
ПП В2.03.2																			+	+	
2.3.Цикл дисциплін індивідуального вибору (шифр ДІ В)																					
Блок 1																					
ДІВ В2.01																				+	+
ДІВ В2.03	+	+		+	+	+	+	+	+												
Блок 2																					
ДІВ В2.02																				+	+
ДІВ В2.04	+	+		+	+	+	+	+	+												

5.2. Матриця співвідношення програмних результатів навчання до компетентностей

Результати навчання	Загальні компетентності											Спеціальні компетентності									
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10
РН1	+	+								+											
РН2	+		+																		
РН3	+			+																	
РН4		+		+																	
РН5		+			+																
РН6						+															
РН7						+	+														
РН8					+			+													
РН9		+						+													
РН10		+						+													
РН11		+				+		+		+											
РН12		+						+													
РН13									+												
РН14		+			+																
РН15											+										
РН19												+	+	+	+						
РН20												+	+	+							
РН21														+	+						
РН22														+	+						
РН23																				+	+
РН24																					
РН25												+		+			+				
РН26																	+	+		+	
РН27												+			+	+					
Результати навчання	Загальні компетентності											Спеціальні компетентності									

	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10
РН28																		+		+	
РН29																				+	+
РН30																		+		+	
РН31																	+		+		
РН32																+		+			
РН33																	+	+		+	+
РН34																+				+	+

6. Форма атестації магістрів

Атестація випускників спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документів встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра з присвоєнням освітньої кваліфікації: Магістр маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Форма атестації	Публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може 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.

7. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти Одеським національним політехнічним університетом складається з таких процедур і заходів, передбачених законом «Про вищу освіту»:

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 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 дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.