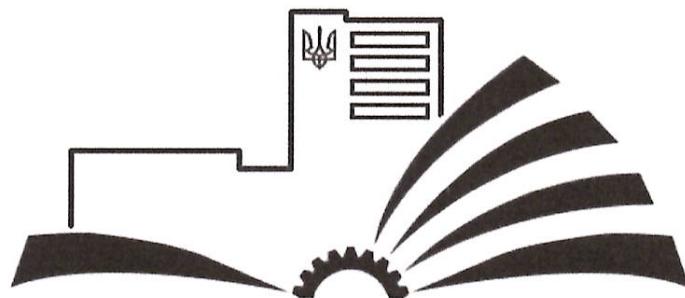


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ ЧНТУ

Голова вченої ради

С.М. Шкарлет
(протокол № 9 від «27 » 2019р.)

Освітня програма вводиться в дію з 28 2019р.

Ректор С.М. Шкарлет

(наказ № 94 від «27 » 08 2019 р.)

Чернігів – 2019

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти	другий
Ступінь вищої освіти	магістр
Кваліфікаційний рівень Національної рамки кваліфікації	восьмий
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Професійна кваліфікація	
Кваліфікація в дипломі	Магістр маркетингу

П Е Р Е Д М О В А

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентностні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Розроблено робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

1. Ільчук Валерій Петрович, д.е.н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Чернігівського національного технологічного університету;
2. Рябова Тетяна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Чернігівського національного технологічного університету;
3. Бабаченко Лариса Валентинівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Чернігівського національного технологічного університету.

Додаються рецензії та відгуки зовнішніх стейкголдерів:

1. О.В. Бородавко, заступник директора філії з розвитку мережі Чернігівської дирекції ПАТ «УКРПОШТА»
2. Є.В. Ромат, голова Спілки рекламистів України, д.н.держ.упр., проф., завідувач кафедри маркетингу Київського національного торговельно-економічного університету

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Чернігівський національний технологічний університет Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Магістр маркетингу Другий (магістерський) рівень
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма підготовки магістрів, «Маркетинг»
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом магістра, на основі освітнього ступеня бакалавр – 90 кредитів ЄКТС.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитація спеціальності «Маркетинг» освітнього ступеня магістр. Сертифікат про акредитацію серія НД №2685397. Термін дії сертифіката до 01.07.2022р.
<i>Цикл/рівень</i>	HPK – 8 рівень, FQ-ЕНЕА – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
<i>Передумови</i>	Наявність освітнього ступеня бакалавр.
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	https://www.stu.cn.ua/staticpages/perelikrivniv/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньо-професійної програми є формування у майбутніх фахівців здатності розв'язувати складні задачі і проблемні питання в сфері маркетингу в професійній діяльності, що обумовлюється здійсненням досліджень та характеризується невизначеністю умов та вимог.	

3 – Характеристика освітньої програми	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</i>	<p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»</p> <p>Обсяг навчальної програми (90 кредитів ЄКТС) складається з циклу дисциплін загальної підготовки – 24 кредити; циклу дисциплін професійної підготовки – 36 кредитів; дослідницької компоненти: навчальна практика – 7 кредитів та переддипломна практика – 7 кредитів; підготовка до атестації – 16 кредитів. При цьому обсяг навчальних дисциплін за вільним вибором студента становить 24 кредити (26,7%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Об'єктом <i>вивчення</i> є 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, відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов та вимог. • <i>Теоретичний зміст предметної області</i> 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. • <i>Методи, методики та технології</i>: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <p><i>Інструменти та обладнання</i>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна

<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	<ul style="list-style-type: none"> Загальна освіта з маркетингу. Програма базується вивченні передових досягнень вітчизняних та зарубіжних науковців з метою використання набутих знань для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов та вимог.
<i>Особливості програми</i>	Програма орієнтована на підготовку маркетологів з врахуванням вимог ринку праці, з проходженням переддипломної практики на підприємствах з метою підвищення рівня знань та навичок з управління їх маркетинговою діяльністю з врахуванням проведення досліджень та/або здійснення інновацій за умов мінливості зовнішнього середовища.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	При успішному завершенні програми випускники мають право обійтися наступні посади: директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю), Консультант з маркетингу, Менеджер (управитель) з маркетингу, 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), Торговець (обслуговування бізнесу та реклами), Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), Рекламіст, Економіст із збуту, Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.), Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.), Менеджер (управитель) з реклами, Менеджер (управитель) із збуту, Організатор із збуту, Викладач вищого навчального закладу.
<i>Подальше навчання</i>	Особа має право на продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

5 – Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: проблемно-орієнтоване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання, індивідуальних занять.
<i>Оцінювання</i>	Письмові екзамени, заліки, захист курсових робіт, кваліфікаційна робота, захист звіту з переддипломної практики. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється: за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX)
6 – Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<i>Загальні компетентності</i>	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК 9. Здатність до проведення досліджень та/або здійснення інновацій. ЗК 10. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 11. Навички використання новітніх засобів Інтернет-комунікацій з метою ефективного просування продукції на ринок. ЗК 12. Здатність до ініціативності, відповідальності та навичок до безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил, а також необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях.

<p><i>Спеціальні (фахові) компетентності</i></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність впроваджувати маркетингові інновації в новітніх ринкових умовах.</p> <p>СК10. Здатність використання засобів Інтернет-комунікацій у процесі формування маркетингових рішень.</p> <p>СК11. Здатність оцінити результативність застосування Інтернет-комунікацій як засобів маркетингової діяльності.</p>
--	---

7 – Програмні результати навчання

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

ПРН 7	Вміти формувати і вдосконулювати 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 діагностику та стратегічне та оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів 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.
ПРН 16	Застосовувати можливості Інтернет-технологій у маркетинговій діяльності підприємств.
ПРН 17	Визначати ефективність використання інноваційного маркетингу як інструменту покращення функціонування підприємств.
ПРН 18	Застосовувати сучасні моделі маркетингових комунікацій з метою забезпечення ефективності процесів просування продукції та взаємодії з клієнтами.
ПРН 19	Здатність до ініціативності, відповідальності та набуття навичок до безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил, а також необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники задіяні у викладанні дисциплін зі спеціальності 075 “Маркетинг” є штатними співробітниками ЧНТУ, мають наукові ступені та вчені звання та підтверджений високий рівень наукової і професійної активності.
----------------------	--

<i>Матеріально-технічне забезпечення</i>	Кафедра забезпечена сучасною оргтехнікою: комп'ютерами, принтерами, сканером, ксероксом. На кафедрі широко застосовуються нові технології навчання, що базуються на використанні системи Internet, створена локальна комп'ютерна мережа кафедри, з'єднана з інформаційною мережею університету. Кафедра в достатній мірі забезпечується наочними матеріалами, нормативно-технічною документацією та іншими матеріалами для проведення практичних та семінарських робіт.
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	Офіційний веб-сайт ЧНТУ містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.
9 – Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Чернігівським національним технологічним університетом та вищими навчальними закладами України. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Чернігівським національним технологічним університетом та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.

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

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4

Обов`язкові компоненти ОП

ОК 1.	Іноземна мова (за проф.спрямуванням)	4	3
ОК 2.	Цивільний захист та охорона праці в галузі	3	3
ОК 3.	Глобальна економіка	4	E
ОК 4.	Фінансовий менеджмент	4	E
ОК 5.	Соціальна відповідальність	3	3
ОК 6.	Стратегічний маркетинг	6	E, КР

ОК 7.	Товарна інноваційна політика	4	E
ОК 8.	Маркетинговий менеджмент	4	E
ОК 9.	Маркетингова політика розподілення	4	3
Загальний обсяг обов'язкових компонент:	36		-
Вибіркові компоненти ОП			
ВБ 1.	Інноваційний розвиток підприємства	3	3
	Інноваційний менеджмент	3	3
ВБ 2.	Управління якістю	3	3
	Стандартизація та сертифікація	3	3
ВБ 3.	Інтернет-маркетинг	3	3
	Інтернет-технології в рекламі	3	3
ВБ 4.	Системний аналіз в економіці	4	E
	Прогнозування та моделювання	4	E
ВБ 5.	Рекламний менеджмент	4	E
	Управління продажами	4	E
ВБ 6.	Рекламний креатив	3	3
	Реклама та стимулювання збуту	3	3
ВБ 7.	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	E
	Комерційна справа	4	E
Загальний обсяг вибіркових компонент:	24		-
Практична підготовка			
Наукова практика	7	3	
Переддипломна практика	7	3	
Усього на практичну підготовку:	14		-
Підготовка до атестації	16		-
Усього за атестацію:	16		-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	90		-

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Семестр	Види навчальної діяльності
I семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 16 кр. Дисципліни професійної підготовки: 14 кр.
II семестр 30 кредитів	Дисципліни загальної підготовки: 8 кр. Дисципліни професійної підготовки: 22 кр.
III семестр 30 кредитів	Наукова практика 7 кр. Переддипломна практика: 7 кр. Підготовка до атестації: 16 кр.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	<p>Атестація осіб, які здобувають ступінь магістра маркетингу, здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, провідних науковців, відповідно до Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти Чернігівського національного технологічного університету.</p> <p>Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p>
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Випускна 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.</p> <p>Випускна кваліфікаційна робота не повинна містити академічного plagiatu, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Випускна кваліфікаційна робота має бути розміщена в репозитарії Чернігівського національного технологічного університету. Оприлюднення випускних кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

4. Матриця відповідності програмних компонентностей компонентам освітньої програми

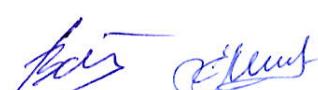
	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ВБ 1	ВБ 2	ВБ 3	ВБ 4	ВБ 5	ВБ 6	ВБ 7
ЗК 1					+	+		+						+		
ЗК 2		+			+	+			+					+		
ЗК 3			+			+										
ЗК 4	+			+			+						+			
ЗК 5	+				+		+									
ЗК 6					+					+						
ЗК 7						+				+						+
ЗК 8						+		+		+						
ЗК 9							+			+				+	+	
ЗК 10												+				+
ЗК 11												+				
ЗК 12												+			+	
CK 1										+						
CK 2											+					
CK 3											+					
CK 4												+			+	
CK 5												+				+
CK 6												+				
CK 7												+				
CK 8												+				
CK 9												+				
CK 10												+			+	
CK 11												+				

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ВБ 1	ВБ 2	ВБ 3	ВБ 4	ВБ 5	ВБ 6	ВБ 7
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												+	+	+		

Перелік використаних джерел

1. Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників – Галузеві випуски [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1046.440.0>;
2. Класифікаторі видів економічної діяльності ДК 009:2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html
3. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти [Електронний ресурс] : [Постанова від 30.12.2015 р. №1187] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248779880>
4. Методичні рекомендації з розроблення складових галузевих стандартів вищої освіти (комплектентний підхід) [Електронний ресурс] / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти МОН. – Київ, 2013. – 90с. – Режим доступу: http://in.ndu.edu.ua/noo/file.php/1/moddata/forum/7/40/Instrukci-ja_GSVO.doc
5. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти [Електронний ресурс] / [Наказ МОН від 01.06.2016 р. № 600]. – Режим доступу: <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/5555->
6. Міжнародна Стандартна Класифікація Освіти (ISCED-97: International Standard Classification of Education / UNESCO, Paris). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Pages/international-standard-classification-of-education.aspx>;
7. Освітні програми: побудова, викладання, оформлення та зміст: [Рекомендації з розробки для науково-педагогічних працівників, рекомендовані вченого радою ЧНТУ, протокол від 26.096.2017 р. №7]. – Чернігів: ЧНТУ, 2017. – 22 с.
8. Національна рамка кваліфікацій [Електронний ресурс]: [Постанова Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. №1341]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>
9. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010 : [Електронний ресурс] / [Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 2.09.2015 року №1084]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Національний освітній глосарій: вища освіта / [авт.-уклад.: В.М. Захарченко, С.А. Калашнікова, В.І. Луговий, А.В. Ставицький, Ю.М. Ращевич, Ж. В. Таланова]; за ред. В.Г.Кременя. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014.– 100 с.
11. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти [Електронний ресурс] / [Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 р. №266. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>
12. Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти Чернігівського національного технологічного університету, затверджене Наказом ректора ЧНТУ від 30.11.2015 р. №197 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stu.cn.ua/media/files/pdf/p-ekavo.pdf>
13. Розроблення освітніх програм: [методичні рекомендації] / [авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Ращевич, Ж.В. Таланова]; за ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с.
14. Стандарт вищої освіти для першого рівня для спеціальності 075 “Маркетинг”, МОН. – Київ, 2016. – 11 с.



ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Чернігівського національного технологічного університету

В умовах економічної глобалізації активне залучення господарського комплексу та суб'єктів господарювання країни до участі в інтеграційних світогосподарських процесах, необхідність чіткого визначення обрисів економіки майбутнього, що буде суттєво відрізнятися від її попереднього й поточного стану за рахунок маркетингових рис, можливість освоєння нових ринків, що зменшують число штучних перепон на шляху товарів та послуг до споживачів, перспективність нарощування обсягів виробництва та збуту продукції за рахунок неухильного зростання чисельності потенційних споживачів та розширення спектру їх потреб в масштабах світової економіки зумовлює постійний розвиток маркетингової діяльності суб'єктів господарювання. Наразі кожне підприємство зацікавлене в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю, тому підготовка маркетологів в сучасних умовах ринкової економіки є досить актуальною.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти дозволяє сформувати у майбутніх фахівців здатність вирішувати проблемні питання та складні задачі в сфері маркетингу в професійній діяльності, що обумовлюється здійсненням досліджень та характеризується невизначеністю умов та вимог.

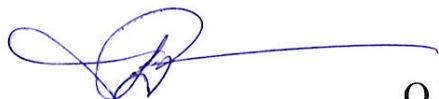
Вивчення економічних дисциплін, які передбачені даною освітньо-професійною програмою, забезпечують підготовку фахівців, які здатні аналізувати ринкові можливості, розробляти ефективний комплекс маркетингу, успішно управляти втіленням у життя маркетингових зусиль, проводити дослідження та здійснювати інновацій.

Наукова та переддипломна практика є складовою частиною даної освітньо-професійної програми. Проходження практики передбачає здобуття навичок володіння сучасними методами та формами організації праці фахівців маркетингу. Переддипломна практика проводиться з метою узагальнення і вдосконалення здобутих знань, практичних умінь та навичок, оволодіння професійним досвідом.

Заключним етапом навчання є захист випускної кваліфікаційної роботи, яка передбачає вирішення проблеми у сфері сучасного маркетингу шляхом розв'язання складного спеціалізованого завдання, що потребує проведення досліджень або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Враховуючи вищезазначене можна стверджувати, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у Чернігівському національному технологічному університеті є актуальною і передбачає підготовку висококваліфікованих магістрів маркетингу.

Заступник директора філії
з розвитку мережі Чернігівської
дирекції ПАТ «УКРПОШТА»



О.В. Бородавко

ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Чернігівського національного технологічного університету

В умовах нинішньої жорсткої конкурентної боротьби на сучасному ринку маркетинг відіграє важливу роль у діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, оскільки дозволяє встановити оптимальний взаємозв'язок між організацією і середовищем. Успіху на ринку досягають як правило ті підприємства, які найкраще пристосовуються до умов зовнішнього середовища та активно впроваджують маркетинг у своїй діяльності. Сьогодні всі суб'єкти господарювання потребують застосування новітніх технологій у сфері маркетингу. Саме тому підготовка маркетологів в сучасних умовах ринкової економіки є досить актуальною.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти дозволяє сформувати у майбутніх фахівців здатність вирішувати складні задачі та проблемні питання в сфері маркетингу в професійній діяльності, що передбачає здійснення досліджень та характеризується невизначеністю умов та вимог.

Освітньо-професійна програма передбачає вивчення економічних дисциплін, які забезпечують підготовку фахівців, які здатні пропонувати шляхи просування нового товару або можливості збільшення продажу існуючого, збирати і аналізувати статистичну інформацію, оцінювати дії конкурентів, проводити моніторинг галузі, організовувати роботу дослідницької команди, яка вивчає погляди потенційних покупців, обробляти отриману інформацію, робити прогноз і складати рекомендації.

Складовою частиною даної освітньо-професійної програми є наукова та переддипломна практика. Під час проходження практики майбутні фахівці маркетологи здобувають навичок володіння сучасними методами та формами

організації праці. Переддипломна практика проводиться з метою узагальнення і вдосконалення здобутих знань, практичних умінь та навичок, оволодіння професійним досвідом.

Завершальним етапом навчання є захист випускної кваліфікаційної роботи. Написання випускної кваліфікаційної роботи передбачає вирішення проблем у сфері сучасного маркетингу шляхом розв'язання складного спеціалізованого завдання, що потребує проведення досліджень або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Враховуючи вищезазначене можна стверджувати, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у Чернігівському національному технологічному університеті є актуальною і передбачає підготовку висококваліфікованих магістрів маркетингу.

Голова Спілки рекламістів України
(завідувач кафедри маркетингу
Київського національного
торговельно-економічного університету)
професор



С.В. Ромат