

ПРОЕКТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Міністр
освіти і науки України

ПОГОДЖЕНО

Голова Національного агентства із
забезпечення якості вищої освіти

«_____» _____ 20_ р.

«_____» _____ 20_ р.

СТАНДАРТ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: Другий (магістерський) рівень вищої
освіти**

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: Магістр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ: 07 «Управління та адміністрування»

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: 075 «Маркетинг»

Видання офіційне

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Київ 2017

ЗМІСТ

I. Преамбула.....	3
II. Загальна характеристика.....	5
III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти	6
IV. Перелік компетентностей випускника.....	6
V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	7
VI. Атестація здобувачів вищої освіти	8
VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	9
IX. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти	10

I. Преамбула

Міністерство освіти і науки України. Стандарт вищої освіти. Другий (магістерський) рівень вищої освіти. Ступінь «магістр». Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг». Київ, 2017.

Стандарт вищої освіти затверджено і введено в дію наказом МОН України:

Наказ № ___ від «___» _____ 20__ р.

Схвалено:

Міністерством економічного розвитку і торгівлі України
Федерацією роботодавців України

Розробники Стандарту

Члени науково-методичної підкомісії зі спеціальності 075 «Маркетинг»:

Дайновський Юрій Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету _____

Зіновчук Віталій Володимирович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Житомирського національного агроекологічного університету _____

Ілляшенко Сергій Миколайович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету _____

Кравчук Наталія Ярославівна, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного менеджменту та маркетингу Тернопільського національного економічного університету _____

Литовченко Ірина Львівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету _____

Ромат Євгеній Вікторович, доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами Київського національного торговельно-економічного університету _____

Старостіна Алла Олексіївна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки та маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка _____

Тараненко Ірина Всеволодівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного маркетингу Вищого навчального закладу «Університет імені Альфреда Нобеля» (м. Дніпро)

Голова науково-методичної підкомісії зі спеціальності 075 «Маркетинг»:

Федорченко Андрій Васильович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Заступник голови науково-методичної підкомісії зі спеціальності 075 «Маркетинг»:

Окландер Михайло Анатолійович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету

Секретар науково-методичної підкомісії зі спеціальності 075 «Маркетинг»:

Зозульов Олександр Вікторович, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри промислового маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Стандарт вищої освіти розглянуто і ухвалено на засіданні науково-методичної підкомісії зі спеціальності 075 «Маркетинг»:

Протокол № 1/2017 від «16» травня 2017 р.

Стандарт вищої освіти погоджено Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти:

Протокол № ____ від « ____ » _____ 20 __ р.

II. Загальна характеристика

<i>Рівень вищої освіти</i>	Другий (магістерський) рівень
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Магістр
<i>Галузь знань</i>	07 Управління та адміністрування
<i>Спеціальність</i>	075 Маркетинг
<i>Обмеження щодо форм навчання</i>	Немає
<i>Освітня кваліфікація</i>	Магістр маркетингу
<i>Професійна кваліфікація</i>	Не надається
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Магістр маркетингу
<i>Опис предметної області</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єктом вивчення</i> є управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності. • <i>Цілі навчання</i> – підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> поняття, концепції, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень. • <i>Методи, методика, та технології:</i> система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення ефективного управління системою маркетингу і виконання науково-дослідних завдань. • <i>Інструменти та обладнання</i> 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 та ін.).

<i>Академічні права випускників</i>	Продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти.
-------------------------------------	--

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

<i>Обсяг освітньої програми магістра</i>	<p>- освітньо-професійної програми – не менше 90 кредитів ЄКТС;</p> <p>- освітньо-наукової програми – 120 кредитів ЄКТС.</p> <p>Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.</p>
--	---

IV. Перелік компетентностей випускника

<i>Інтегральна компетентність</i>	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.
<i>Загальні компетентності</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. 2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. 3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. 4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності. 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу. <p>Додатково для освітньо-наукових програм:</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Здатність проведення наукових досліджень у сфері сучасного маркетингу на відповідному рівні.
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу. 2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх

	<p>теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу.</p> <p>4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.</p> <p>7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.</p> <p>Додатково для освітньо-наукових програм:</p> <p>10. Здатність зробити внесок у розвиток теорії та практики маркетингу.</p> <p>11. Вміння готувати, презентувати та оприлюднювати результати наукових робіт у сфері сучасного маркетингу.</p> <p>12. Вміння застосовувати знання з педагогіки і психології у навчально-виховному процесі у вищих навчальних закладах освіти.</p>
--	--

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

<ol style="list-style-type: none"> 1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. 2. Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток. 3. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу. 4. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі. 5. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів.

6. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.
 7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.
 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
 9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
 10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.
 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- Додатково для освітньо-наукових програм:**
15. Визначати науково-дослідні задачі, збирати необхідну для їх вирішення інформацію, аналізувати її та формулювати висновки.
 16. Застосовувати наукові підходи і методи для генерування нових ідей та формування креативних інноваційних рішень у сфері маркетингу.
 17. Застосовувати педагогічні технології на рівні, достатньому для реалізації розроблених програм навчальних дисциплін за спеціальністю у вищих навчальних закладах.

VI. Атестація здобувачів вищої освіти

<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<i>Вимоги до кваліфікаційної роботи</i>	Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно. Кваліфікаційна робота має бути перевірена на плагіат.

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У ВНЗ повинна функціонувати система забезпечення вищим навчальним закладом 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 вищого навчального закладу та регулярно 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 ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

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

Х. Перелік нормативних документів, на яких базується

Стандарт вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010. – К. : Видавництво «Соцінформ», 2010.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341.
4. Національна рамка кваліфікацій. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 року № 266. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. TUNING. Educational Structures in Europe. – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.
7. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. Укладачі: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. – К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. – 100 с.
8. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. Укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С. та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с.
9. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с.

Таблиця 1

**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
дескрипторам НРК (7-й рівень, магістерський)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1 Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи	Уміння Ум1 Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог Ум2 Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	Комунікація К1 розуміти і недвозначно донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2 Використання іноземних мов у професійній діяльності	Автономія та відповідальність АВ1 Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2 Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3 Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
	Зн2 Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей			
Загальні компетентності - 7				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН1			АВ3
ЗК5			К1	
ЗК6	ЗН2	УМ1		АВ3
ЗК7		УМ2		
Спеціальні (фахові) компетентності - 12				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			
СК3		УМ2		
СК4	ЗН2			
СК5		УМ2		
СК6	ЗН2	УМ1		
СК7	ЗН2	УМ1		АВ2
СК8			К1	АВ2
СК9			К1	АВ1
СК10	ЗН2			АВ3
СК11		УМ2	К2	
СК12			К1	АВ2

