

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ЗАТВЕРДЖЕНО:

В.о. ректора Дніпровського національного
університету ім. Олеся Гончара

_____ Ольга СОКОЛЕНКО
« ____ » _____ 2021 р.

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти _____ другий (магістерський) _____

спеціальність _____ 075 Маркетинг _____

галузь знань _____ 07 Управління та адміністрування _____

Схвалено:

вченою радою Дніпровського
національного університету
імені Олеся Гончара

від _____ 20__ р., протокол № _____

**Дніпро
2021**

ПЕРЕДМОВА

1. Внесено: кафедрою маркетингу та міжнародного менеджменту, факультету економіки

2. Затверджено та надано чинності рішенням вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара:

- від «21» грудня 2017 р., пр. №6 (перша редакція);
- від «21» лютого 2019 р., пр. № 9 (зміни до ОПП для набору 2019/2020 року набору);
- від «30» травня 2019 р., пр. № 11 (зміни до ОПП для набору 2019/2020 року набору)
- від «29» 08 2019 р., пр. № 1 (редакція № 2);
- від «08» 09 2020 р., пр. № 1 (редакція №3);
- від «__» _____ 2021 р., пр. №__ (редакція №4 для набору 2021/2022 н.р.)

3. Розробники (робоча група):

1. Зінченко О.А., доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту;
2. Решетілова Т.Б., доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту;
3. Дронова Т.С., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту;
4. Сокол П.М., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту;
5. Голей Ю.М., асистент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту;
6. Матвєєва М.С., здобувач освіти за другим (магістерським) рівнем освіти, спеціальність 075 Маркетинг, ОП Маркетинг, гр. ЕМ-20м-1;
7. Сирота М.Є., здобувач освіти за першим (бакалаврським) рівнем освіти, спеціальність 075 Маркетинг, гр. ЕМ-17-1.

4. При розробці враховані вимоги:

Освітнього стандарту спеціальності:

Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг **затверджений** наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960, **вводиться в дію** з 2019/2020 навчального року.

Стандарт **погоджено** рішенням Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 26.06.2019 р., протокол № 6.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

1. Вчена рада факультету економіки: протокол №__ від «__» _____ 20__р.

Голова Вченої ради _____ (Т.В.Гринько)

2. Рада з якості ДНУ: протокол № __ від «__» «__» _____ 20__р.

Голова РЗЯВО _____ (О.О.Дробахін)

Рецензії-відгуки стейкхолдерів (за наявності):

1. Роботодавці:

1. Яковенко С.М., директор ТОВ «Науково-технічне підприємство «КОНТУР»»
2. Петрова Т.В., директор ТОВ «Бриз»

2. Здобувачі вищої освіти:

1. Мандрик Є.О., 4 курс, група ЕМ-17-1, спеціальність 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
2. Василенко Д.В., 2 курс (прискорена форма навчання), група ЕМ-19у-1, спеціальність 075 Маркетинг, ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 МАРКЕТИНГ

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Факультет економічний Кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми (англійською мовою)	Educational and professional program «Marketing»
Ступінь вищої освіти та освітня кваліфікація мовою оригіналу	Магістр Освітня кваліфікація: магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь: Магістр Спеціальність: 075 Маркетинг Освітня програма: Маркетинг
Кваліфікація в дипломі (англійською мовою)	Degree: Master Specialty: Marketing Educational program: Marketing
Професійна кваліфікація	-
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 5 місяців
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України Сертифікат з акредитації освітньої програми <i>Маркетинг</i> спеціальності <i>075 Маркетинг</i> <i>серія УД, № 04007575</i> , від 08.01.2019 р. Термін дії до <u>01.07.2024</u> р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Форми навчання	денна
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату з акредитації спеціальності або до проходження повторної акредитації освітньої програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.dnu.dp.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, креативними навиками, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової інноваційної діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності у динамічному маркетинговому середовищі.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	галузь знань <i>07 Управління та адміністрування</i> спеціальність <i>075 Маркетинг</i> Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

	Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв’язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма магістра має прикладну орієнтацію
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в сфері маркетингу. Ключові слова: інтерактивний маркетинг, стандартизація і сертифікація продукції та послуг, рекламний менеджмент, стратегічний маркетинг, логістичний менеджмент, маркетинговий менеджмент, комерційна діяльність посередницьких структур, управління маркетинговими проектами, товарна інноваційна політика, маркетинг бізнес-взаємодії, маркетингова політика розподілу, регіональний маркетинг
Особливості програми	Вимагає спеціального креативного підходу та ринкового комунікаційного мислення для здійснення аналізу та стратегічного прогнозування ринку і бізнес-моделювання маркетингового управління.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати на первинних посадах за професіями, визначеними Національним класифікатором України: Класифікатор професій ДК 003:2010 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2441.2 Економісти
Подальше навчання	Продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти для здобуття ступеня доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання на основі методичної літератури, проблемно-орієнтоване навчання, через практичну підготовку.
Оцінювання	Екзамени, диференційовані заліки, есе, презентації, опитування,

	контрольне тестування, захист звіту з практики, захист кваліфікаційної роботи,
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	<i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i> ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. 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. <i>Компетентності, визначені закладом вищої освіти:</i> ЗК9. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) ЗК10. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК\ФК)	<i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i> СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. <i>Компетентності, визначені закладом вищої освіти:</i> СК10. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
7 – Програмні результати навчання	
	<i>Результати навчання, визначені стандартом вищої освіти:</i> ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності

	сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. <i>Результати навчання, визначені закладом вищої освіти:</i> ПР16. Оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт маркетингового управління. ПР17. Спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає чинним Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах: відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних

	працівників освітній галузі знань та спеціальності; обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; впровадження результатів стажування та наукової діяльності в освітній процес.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення навчальних приміщень та соціальна інфраструктура університету в повному обсязі відповідає чинним Ліцензійним умовам. В освітньому процесі використовується мультимедійне обладнання для проведення лекцій, для практичних та лабораторних занять – обладнання комп'ютерних лабораторій.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Університет має власний веб-сайт за адресою http://dnu.dp.ua, де розміщено інформацію щодо інформаційного та навчально-методичного забезпечення освітнього процесу. Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: загально університетських та кафедральних бібліотек, мережі Internet з вільним доступом, колекцій цифрового репозиторію. Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених для кожної дисципліни робочих навчальних програмах, а також програмах практичної підготовки за спеціальністю. В наявності завдання для самостійної роботи студентів, методичні рекомендації для виконання курсових та дипломних робіт, пакети завдань для проведення ректорських та комплексних контрольних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь студентів розроблено для поточного, семестрового та ректорського контролю з кожної дисципліни, а також для підсумкової атестації за спеціальністю.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами інших країн
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за умови вивчення студентом української мови

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

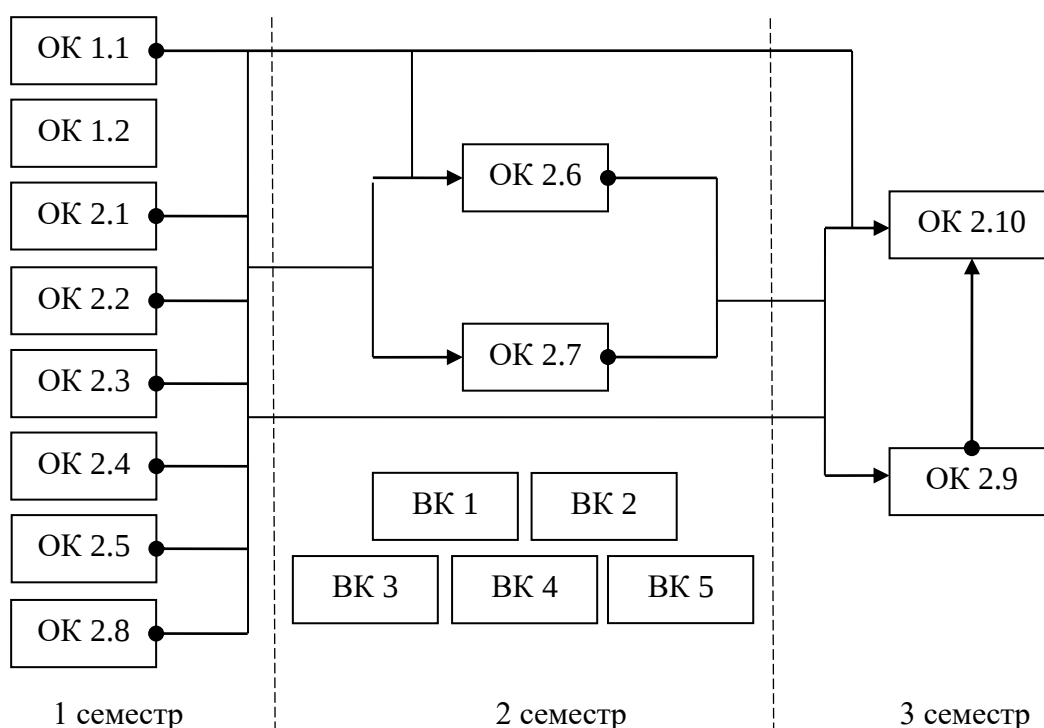
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти				
I Цикл загальної підготовки				
ОК 1.1	Наукові дослідження в менеджменті та маркетингу: методологія і методи	4	екзамен	1
ОК 1.2	Іноземна мова професійного спілкування	3	диф. залік	1
II Цикл професійної підготовки				
ОК 2.1	Рекламний менеджмент	5	екзамен	1
ОК 2.2	Інтегрована логістика	4	екзамен	1
ОК 2.3	Стратегічний маркетинг	4	екзамен	1
ОК 2.4	Курсова робота з дисципліни «Стратегічний маркетинг»	1	диф. залік	1
ОК 2.5	Бренд-менеджмент	4	диф. залік	1
ОК 2.6	Діагностика регіональних ринків	5	екзамен	2
ОК 2.7	Курсова робота з дисципліни «Діагностика регіональних ринків»	1	диф. залік	2
ОК 2.8	Інтерактивний маркетинг	4	диф. залік	1
ОК 2.9	Виробнича практика: переддипломна	6	диф. залік	3
ОК 2.10	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	24	захист кваліфікаційної роботи	3
Вибіркові компоненти				
ВК 1	Дисципліна 1	5	диф. залік	2
ВК 2.	Дисципліна 2	5	диф. залік	2
ВК 3	Дисципліна 3	5	диф. залік	2
ВК 4	Дисципліна 4	5	диф. залік	2
ВК 5	Дисципліна 5	5	диф. залік	2
Загальний обсяг обов'язкових компонент				65 (72%)
Загальний обсяг вибіркових компонент (дисциплін вибору студента)				25 (28%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				90

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.2, ОК 2.1, ОК 2.2, ОК 2.3, ОК 2.4, ОК 2.5, ОК 2.8.	8	15
	2	ОК 2.6, ОК 2.7, ВК 1, ВК 2, ВК 3, ВК 4, ВК 5	7	
2	3	ОК 2.9, ОК 2.10	2	2

Послідовність засвоєння компонент ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи – <u>дипломної роботи магістра</u> .
Вимоги до кваліфікаційної роботи	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. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота або її реферат має бути розміщена на офіційному сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозитарії закладу вищої освіти.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	ОК 2.8	ОК 2.9	ОК 2.10
ЗК 1	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК 2			•				•	•	•			•
ЗК 3										•	•	
ЗК 4		•									•	
ЗК 5		•								•		
ЗК 6	•							•	•	•		•
ЗК 7			•								•	
ЗК 8			•				•			•		•
ЗК 9		•									•	
ЗК10					•	•						
СК 1			•	•	•	•					•	•
СК 2				•				•	•			•
СК 3	•					•			•			•
СК 4			•							•	•	•
СК 5								•	•			•
СК 6				•	•	•	•				•	
СК 7					•	•						
СК 8				•	•	•				•		
СК 9	•										•	•
СК10				•			•				•	

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

[illegible]

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
НАУКОВО-ТЕХНІЧНЕ ПІДПРИЄМСТВО «КОНТУР»**

520071, Дніпропетровський р-н, село Дослідне, буд.42, кв.77
Р/р UA653223130000026003000030182 в АТ «Укресімба́нк» м. Київ МФО 322313
ЄДРПОУ 20211511 ІПН 202115104177

**Рецензія
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «магістр»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,
розроблену на кафедрі маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара**

В умовах активізації ринкових відносин та посилення конкурентного середовища бізнес-структури все гостріше відчувають потребу в професійних маркетологах, які б володіли сучасними знаннями та прогресивними навичками організації маркетингової діяльності. Тому актуальною є освітньо-професійна програма підготовки магістрів спеціальності «Маркетинг», розроблена колективом кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара. Програма реалізує вдалу комбінацію використання фундаментальних теоретичних знань з можливостями формування практичних компетентностей майбутніх фахівців з маркетингу.

Мета програми повністю відповідає вимогам спеціальності, враховує сучасне бачення використання маркетингових технологій, поширює креативний підхід до вирішення складних управлінських ситуацій.

В процесі підготовки магістрів освітньою програмою успішно передбачено реалізацію інтегральних компетентностей – загальних і фахових – майбутніх фахівців з маркетингу, зокрема, формування здатності вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї, виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей рухатися до спільної мети, використовувати інформаційні і комунікаційні технології, логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

Компетентності, визначені в освітньо-професійній програмі, повною мірою відображені у дисциплінах, які означені в переліку компонент. Всі програмні результати навчання чітко сформульовані, обґрунтовані сучасними вимогами ринку праці, розкривають професійні навички, які очікує роботодавець.

Цікавими та корисними є дисципліни, включені до програми. Велику увагу приділено питанням системного управління не лише маркетинговою діяльністю, але і стратегічною діяльністю підприємства в цілому. У якості побажання є включення в програму дисциплін, що формують навички використання таргетивного та інтерактивного маркетингу товарів і послуг, цифрових технологій для залучення потенційних клієнтів і утримання їх в якості споживачів.

Підготовка здобувачів вищої освіти за даною освітньо-професійною програмою буде відповідати вимогам ринку праці, глобальним тенденціям, потребам українських та міжнародних компаній, представників різних галузей, забезпечить високий рівень та якість підготовки затребуваних фахівців з маркетингу.

Директор
ТОВ НТП «КОНТУР»



С.М.Яковенко

Товариство з обмеженою відповідальністю

"БРІЗ"

49027, м. Дніпро, ул. І.Акімфієва 8/1,
UA 79 300346 0000026003014881201 в
ПАТ «Альфа-Банк» МФО 300346,
ЄДРПОУ 31757589
ІПН 317575804632,
св-во ПДВ 100249219,
Тел/ф (+38056) 7631595, 7631877
briz3732604@gmail.com

№ 13_

«25» січня 2021 р.

Рецензія
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «магістр»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,
розроблену на кафедрі маркетингу та міжнародного менеджменту Дніпровського
національного університету імені Олеся Гончара

Сьогодні підприємства все гостріше відчують потребу в професійних маркетологах, оскільки конкуренція на всіх рівнях загострюється, що вимагає якісно нових підходів до вирішення управлінських завдань. Тому потрібні актуальні освітні програми, спрямовані на підготовку висококваліфікованих фахівців, що володіють сучасним економічним мисленням та знаннями, необхідними для здійснення ефективної маркетингової діяльності в умовах конкурентного середовища.

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» розроблено із врахуванням вимог сучасного ринку праці, глобальних тенденцій, потреб вітчизняного бізнесу. Програма сприяє оволодінню здобувачами сукупністю маркетингових компетенцій, реалізується в активному дослідницькому середовищі, що стимулює аналітично-дослідницьку, інноваційну діяльність та апробацію їх результатів, зокрема шляхом проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, організаціях.

Освітньо-професійна програма складена логічно, у ній визначені цілі, завдання, зміст, а відтак і саме місце в структурі освітнього процесу, а також компетенції, що формуються в результаті освоєння дисциплін.

Дисципліни навчального плану, які наведені в освітньо-професійній програмі, відображають актуальні для маркетингової діяльності проблеми. Велику увагу приділено питанням системного управління не лише маркетингом, але і стратегічною діяльністю підприємства в цілому. Можливість різностороннього розвитку, поглиблення знань в окремих галузях та удосконалення практичних навичок реалізується за рахунок значної кількості дисциплін вільного вибору.

Вважаю, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня освіти, що розроблена колективом кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту, має значні перспективи подальшого розвитку в регіоні та може забезпечувати ринок праці висококваліфікованими фахівцями з маркетингу, у яких сьогодні так гостро стоїть потреба.

Директор ТОВ «Бриз»



Т.В. Петрова

Відгук
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зацікавила мене з позиції продовження навчання після отримання диплома бакалавра з маркетингу на факультеті економіки в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара. Обрання цієї програми обумовлене можливістю поглибити знання з обраної професії, повисити якісний рівень підготовки, отримати нові навички маркетингової діяльності.

Дана програма становить значний інтерес через свою актуальність та затребуваність фахівців з маркетингу на ринку праці. Позитивним моментом програми є вдале поєднання теоретичної та практичної підготовки, формування важливих навичок із здійснення маркетингової діяльності, таких як:

вміння адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей розвитку організації;

вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням вимог ринкового середовища;

вміння застосовувати інструменти, що відповідають вимогам сьогодення, у процесі прийняття маркетингових рішень;

вміння використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу;

вміння оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт маркетингового управління.

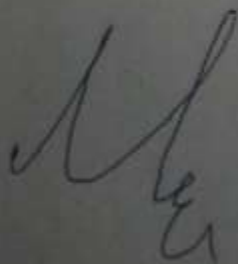
Корисним для подальшого працевлаштування є наведений в програмі перелік первинних посад та професій випускників, що дозволяє вільно орієнтуватися на ринку вакансій.

Освітньо-професійна програма передбачає вивчення цікавих та актуальних дисциплін, таких як Бренд-менеджмент, Діагностика регіональних ринків, Рекламний менеджмент, Інтерактивний маркетинг та ін. Передбачено вивчення іноземної мови професійного спрямування. Однак доцільним було б включити в навчальний план дисципліни, пов'язані із вивченням психології споживання, нових клієнтських технологій, цифрового маркетингу.

Сильною стороною освітньо-професійної програми є досвідчений колектив викладачів, докторів і кандидатів наук, які мають не тільки високий рівень теоретичної підготовки, але й певний практичний досвід. Можливість вибору студентами частини дисциплін програми робить її орієнтованою на інтереси здобувачів, їх побажання щодо отримання фахової підготовки.

На мою думку, освітньо-професійна програма заслуговує на високу позитивну оцінку, є цікавою та перспективною для підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу. Планую продовжити своє навчання за цією програмою та неодмінно буду її рекомендувати своїм знайомим, хто має бажання отримати освіту магістерського рівня за спеціальністю Маркетинг.

Студент групи EM-17-1
Дніпровського національного
університету ім. Олеся Гончара



Сгор Мандрик

**Відгук
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
в Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара**

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» становить інтерес для вступу до магістратури спеціальності «Маркетинг» випускників різних економічних спеціальностей через свою актуальність на ринку праці, цікавий перелік дисциплін, що пропонуються для вивчення, та вдале поєднання теоретичної та практичної підготовки.

Позитивно, що в програмі враховано потребу в орієнтованості навчання на сучасні маркетингові технології, найновіші теорії, методики і практичні прийоми маркетингу, а також на проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у професійній сфері.

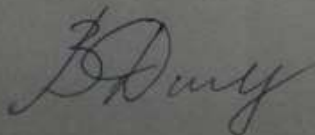
Багато дисциплін програми спрямовані на прояв творчого підходу до роботи за фахом, виявлення ініціативи та підприємливості при вирішенні актуальних професійних задач, розробку власних проєктів. Найбільш цікавими з цієї позиції є такі дисципліни, як Бренд-менеджмент, Рекламний менеджмент, Інтерактивний маркетинг, Стратегічний маркетинг. Позитивним моментом програми є доволі широкий перелік вибіркових дисциплін, які можна обрати, виходячи із своїх вподобань та побажань поглибити професійні знання.

Однак у якості пропозиції слід рекомендувати збільшити кількість годин вивчення іноземної мови професійного спрямування, доцільно б було також ввести Другу іноземну мову та посилити блок дисциплін, що навчають інформаційним технологіям, дисципліною Діджитал-маркетинг.

Реалізація освітньої програми передбачає виробничу практику, яка сприятиме закріпленню знань та умінь із спеціальності, набуттю практичних навичок та формуванню професійних компетентностей.

У підсумку хочу відмітити, що освітньо-професійна програма є актуальною, конкурентоспроможною, перспективною для підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу. Програма дозволяє поглибити знання із сучасних маркетингових технологій, актуальних ринковим умовам маркетингових стратегій, клієнтоорієнтованих підходів. Тому вважаю її цікавою для продовження навчання за спеціальністю Маркетинг.

Студентка групи ЕМ-19у-1
Дніпровського національного
університету ім. Олеся Гончара



Діана Василенко