

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Ректор ДДМА

« 8 »

В.Д. Ковальов

10 2018 р.



КОНЦЕПЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління і адміністрування»
на другому (магістерському) рівні вищої освіти**

Розглянуто і ухвалено на
засіданні Вченої ради ДДМА
Протокол № 3
від « 4 » 10 2018 р.

м. Краматорськ, 2018 р.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Актуальність. Більшість підприємств Північного Донбасу, як одного з розвинених промислових районів України, відчують велику потребу у фахівцях з маркетингу, зокрема, у виробничій сфері. Загальна потреба підприємств та організацій регіону у кваліфікованих маркетологах перевищує 200 осіб на рік. Тому підготовка таких фахівців повинна здійснюватися на основі тісного зв'язку вузу з провідними підприємствами та організаціями. Це питання особливо гостро стоїть на порядку денному розвитку машинобудівного комплексу Донбасу. Ґрунтуючись на побажаннях керівництва великих промислових підприємств, таких як ПрАТ «НКМЗ» (Новокраматорський машинобудівний завод), ПАТ «КЗВВ» (Краматорський завод важкого верстатобудування), ПрАТ «СКМЗ» (Старокраматорський машинобудівний завод), ПАТ «ДМЗ» (Дружківський машинобудівний завод) для здійснення ефективного ринкового менеджменту і проведення пошукової науково-практичної роботи маркетингових спрямованості потрібні фахівці високого рівня підготовки, які володіють багажем знань і прийомів проведення подібних робіт. Такому рівню підготовки спеціалістів з маркетингу відповідає освітньо-кваліфікаційний рівень магістра. Маркетинг в умовах ринку є одним з найперспективніших напрямків професійної та науково-дослідної діяльності.

Підготовкою фахівців з маркетингу займаються декілька вузів Донецької області: Донецький державний університет управління (ДДУУ), Донецький національний технічний університет (ДонНТУ), Костянтинівський філія Донецького національного університету імені Василя Стуса, Приазовський державний технічний університет (ПДТУ). Тільки один вуз – ДонНТУ – розташований у безпосередній близькості до ДДМА – у місті Покровськ, але ліцензійний обсяг підготовок магістрів маркетингу становить лише 40 осіб.

У рамках спеціальності Маркетинг на задоволення потреб машинобудівних підприємств регіону буде введена низка дисциплін, які враховують саме потреби промислових підприємств: «Ефективність маркетингових проектів», «Глобальні маркетингові стратегії», «Бренд-менеджмент», «Товарна інноваційна політика».

Робота кафедри менеджменту ДДМА спрямована, зокрема, на урахування особливостей майбутньої роботи магістрів маркетингу, їх посадових обов'язків та забезпечення необхідного рівня знань і умінь. Кафедра веде плідне співробітництво з багатьма промисловими підприємствами Донбасу, які є основними потенційними замовниками та споживачами випускників кафедри.

Призначення концепції освітньої діяльності. Концепція освітньої діяльності (далі по тексті – Концепція) є основним програмним документом ДДМА, що визначає політику ЗВО з підготовки магістрів у галузі знань 07 «Управління і адміністрування» зі спеціальності 075 «Маркетинг». Це керівний документ для освітньої діяльності всіх структурних підрозділів і

осіб, які організують і здійснюють навчально-виховний процес з підготовки фахівців у сфері публічного управління та адміністрування.

Концепція освітньої діяльності розроблена з метою встановлення стратегічних цілей, принципів і завдань для підготовки нового управлінця.

Концепція спрямована на створення системи діяльності Академії, яка здатна задовольняти встановлені і передбачені потреби окремої особи та суспільства, держави і спирається на такі основні позиції:

1. До вирішення проблем якості освіти постійно залучаються всі учасники навчально-виховного процесу (викладачі, науковці, студенти).

2. Всі учасники навчально-виховного процесу задіяні в системі мотивації якості освіти.

3. Освітня діяльність ґрунтується на сучасних інноваційних технологіях навчання.

4. Діє постійний механізм актуалізації змісту навчання.

5. Для кожної дисципліни чітко сформульовані засоби діагностики та очікувані результати навчання.

6. Уся діяльність Академії орієнтується на вимоги внутрішнього та зовнішнього ринків праці щодо випускників, які мають відповідну професійну компетентність, ціннісну орієнтацію, соціальну спрямованість.

7. В ДДМА постійно підвищується якість кадрового забезпечення всіх напрямків діяльності, перш за все, навчального процесу та наукових досліджень.

8. Діє система моніторингу якості підготовки фахівців на підставі об'єктивних та вимірюваних показників якості освітньої діяльності та забезпечувальних процесів.

Отже, основними принципами реалізації Концепції визначено такі: інноваційність; системність та неперервність освіти; фаховість; науковість; корпоративне партнерство; мобільність.

Критерієм ефективної підготовки магістрів маркетингу мають бути рівень теоретичної та практичної готовності до самостійної відповідальної професійної діяльності та активна життєва позиція.

Освітня діяльність Донбаської державної машинобудівної академії ґрунтується на концептуальних засадах Національної Доктрини розвитку освіти, Державній Національній програмі «Освіта» (Україна XXI століття), Законом України «Про освіту», Законом України «Про вищу освіту», наказами Міністерства освіти і науки України, Статутом ДДМА, Положенням про організацію освітнього процесу академії, Правилами внутрішнього розпорядку академії та іншими нормативно-правовими актами.

Місією освітньої діяльності є професійна підготовка висококваліфікованих, відповідальних кадрів, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання.

Код та найменування спеціальності - 075 Маркетинг

Рівень вищої освіти: за Національною рамкою кваліфікацій (НРК) України – 7 рівень; за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – 2 цикл; за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – 7 рівень. **Орієнтований перелік спеціалізацій та освітніх програм** Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Загальний обсяг у кредитах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи та строк навчання - 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці

Професійні стандарти, на дотримання яких планується спрямувати навчання (в разі наявності). Стандарт вищої освіти відсутній

Перелік основних компетентностей, якими повинен володіти здобувач вищої / післядипломної освіти:

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 (ЗК)

ЗК1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань.

ЗК 3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності.

ЗК 5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.

ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

СК1. Бути обізнаним 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 демонструвати творчий підхід до роботи за фахом.

СК 5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК 6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю.

СК 7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК 8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК 9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.

Орієнтований перелік професійних кваліфікацій, які планується надавати

Відповідно до Державного класифікатора посад і професій випускники придатні до працевлаштування за професіями:

1210 Керівники підприємств, установ та організацій

1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні

1228 Керівники виробничих підрозділів у побутовому обслуговуванні

1229.6 Керівники підрозділів у сфері культури, відпочинку та спорту

1229.7 Керівники інших основних підрозділів в інших сферах діяльності

1233 Директор з маркетингу, Начальник відділу збуту (маркетингу)

1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)

1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання

1238 Керівники проектів та програм

1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі

1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні

1318 Керівники малих підприємств без апарату управління в побутовому обслуговуванні

1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі

1453 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті

1474 Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок

1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки

1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління

1476.1 Менеджери (управителі) з реклами

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

Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання Особа має право здобувати другий (магістерський) рівень вищої освіти за наявності ступеня бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста; умови вступу визначаються Правилами прийому до Донбаської державної машинобудівної академії, розробленими на основі Умов прийому до закладів вищої освіти, затверджених Міністерством освіти і науки України для року вступу.

Для здобуття ступеня магістра також приймаються особи, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти або здобувають його не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Основними видами поточного оцінювання результатів навчання є: тестування, контроль виконання розрахункових завдань, захист індивідуальних завдань (розрахункових завдань, аналітичних звітів та есе), індивідуальних та групових проектів, захист курсових робіт, захист кваліфікаційної роботи магістра.

Основними видами підсумкового оцінювання результатів навчання є: виконання тестових завдань у системі Moodle, письмові екзамени (відкриті питання, ситуаційні та розрахункові завдання в залежності від змісту дисципліни), письмові заліки (для студентів заочної форми навчання).

Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); дворівневою національною шкалою (зараховано / не зараховано); 100-бальною шкалою; шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

До захисту магістерської дипломної роботи допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли виробничу і переддипломну практики та захистили відповідний звіт, у встановлений термін пройшли нормаконтроль. Студент захищає магістерську дипломну роботу перед ДЕК, яка затверджена наказом ректора університету, публічно. Процедура захисту включає: – оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про допуск роботи до захисту; – виступ магістранта; – запитання до автора роботи; – відповіді магістранта; – обговорення на засіданні ДЕК результатів захисту робіт; – рішення ДЕК про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації магістранту. Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій студенту доцільно підготувати наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації для використання мультимедійної техніки.