

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ / MARKETING»**

**Другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр  
спеціальність «Маркетинг»  
освітня програма «Маркетинг»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

вченою радою ВТЕІ ДТЕУ  
(протокол № 07 від 29.05.2023)

Освітня програма  
вводиться в дію з 01.09.2023



Директор ВТЕІ ДТЕУ  
*Наталія ЗАМКОВА*  
(наказ № 40 від 29.05.2023)

Вінниця 2023

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

**Погоджено**

Заступник директора  
з навчально-методичної роботи

  
(підпис)


14. 04.

Лілія МАРТИНОВА  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Начальник навчального відділу  
ВТЕІ ДТЕУ

  
(підпис)

14. 04.

Оксана СЛОБОДИСЬКА  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Начальник навчально-методичного  
відділу ВТЕІ ДТЕУ

  
(підпис)

14. 04.

Тетяна ШЕВЧУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Декан факультету торгівлі, маркетингу  
та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ

  
(підпис)

14. 04.

Сергій ГИРИЧ  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Завідувач кафедри маркетингу  
та реклами ВТЕІ ДТЕУ

  
(підпис)

14. 04.

Ірина ПОЛЩУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Гарант освітньої програми ВТЕІ ДТЕУ

  
(підпис)

14. 04

Ірина ПОЛЩУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Голова РСС факультету торгівлі,  
маркетингу та сфери обслуговування  
ВТЕІ ДТЕУ

  
(підпис)

14. 04

Вікторія ЗАГРОДСЬКА  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Стейкхолдер Заступник начальника  
управління по зв'язках з органами  
місцевого самоврядування, міжнародної  
та міжрегіональної співпраці, проектної  
діяльності та сприяння інвестиціям  
виконавчого апарату Вінницької  
обласної Ради, м. Вінниця

  
(підпис)

18. 04.

Володимир ШЕВЧУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Стейкхолдер  
Директор Товариства з обмеженою  
відповідальністю «Телерадіокомпанія  
«РЕГІОНІНФОРМ», м. Вінниця

  
(підпис)

14. 04.

Юрій МЕЛАНІШЕН  
(ім'я, прізвище)

2023р.



## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Поліщук Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «магістр» ОП «Маркетинг».
2. Громова Ольга – д-р екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Маркетинг».
3. Танасійчук Альона – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю».
4. Довгань Юрій – канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Логістика».
5. Шевчук Володимир – заступник начальника управління по зв'язках з органами місцевого самоврядування, міжнародної та міжрегіональної співпраці, проектної діяльності та сприяння інвестиціям виконавчого апарату Вінницької обласної Ради, м. Вінниця.
6. Меланишен Юрій – директор ТОВ «ТРК «РЕГІОН-ІНФОРМ», м. Вінниця.
7. Олійник Марина – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «бакалавр», 2022 р., здобувач вищої освіти ОС «магістр».
8. Яворончук Вікторія – здобувач вищої освіти ОС «магістр».
9. Мельник Юлія – випускниця ВТЕІ КНТЕУ ОС «магістр», 2021 р.
10. Шуневич Вікторія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «магістр», 2022 р.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Лилик Ірина – канд. екон. наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Президент Української Асоціації маркетингу, м. Київ.
2. Перезовова Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ.

# 1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» (за освітньою програмою «Маркетинг»)

<b>1 - Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Вінницький торговельно-економічний інститут Державний торговельно-економічний університет (ВТЕІ ДТЕУ) Кафедра маркетингу та реклами
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитована. Акредитаційна комісія України. Україна
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
<b>Передумови</b>	Освітні ступені «бакалавр», «магістр», освітньо-кваліфікаційний рівень «спеціаліст»
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	Пролонговано до 01.07.2023 відповідно до постанови Кабінету Міністрів України №295 від 16.03.2022
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/homepage/publicna-informatsiia?layout=edit&amp;id=2082">http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/homepage/publicna-informatsiia?layout=edit&amp;id=2082</a>
<b>2 - Мета освітньої програми</b>	
Забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців в сфері маркетингу, здатних розв'язувати складні задачі та вирішувати практичні проблеми у професійній діяльності та у процесі навчання із застосуванням креативного мислення, проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах та за допомогою технологій діджитал-комунікацій, враховуючи умови невизначеності та сучасні виклики маркетингового середовища.	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг» Відсоток обов'язкових компонент ОП – 73,3%, з них: – цикл загальної підготовки – 6,7%; – цикл професійної підготовки – 43,3%; – практичної підготовки – 10%; – атестації – 13,3%. Відсоток вибіркового компонент – 26,7 %, з них: – цикл професійної підготовки – 26,7%.

<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців в сфері маркетингу, які спроможні використовувати отримані знання, вміння та навички щодо формування та реалізації комплексної маркетингової стратегії розвитку підприємств та організацій на основі управлінського забезпечення функцій маркетингу, управління маркетинговою діяльністю на інноваційних засадах, використовуючи технології діджитал-комунікацій, в тому числі в умовах невизначеності
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Вища спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, бренд-менеджмент, діджитал-комунікації, управління лояльністю споживачів, маркетинговий аналіз, рекламний менеджмент, PR-менеджмент, професійні комунікації іноземною мовою
<b>Особливості програми</b>	Програма спрямована на якісну підготовку сучасних маркетологів, компетентних для вирішення складних задач і проблем в сфері маркетингу під час здійснення професійної діяльності та у процесі навчання, що передбачають проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах та за допомогою технологій діджитал-комунікацій. Адже програмні результати навчання ґрунтуються на сучасних освітніх компонентах циклу загальної та професійної підготовки, зміст яких відповідає тенденціям розвитку ринків праці, а також задовольняє потреби стейкхолдерів.
<b>4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускники магістри спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені затвердженими Професійними стандартами за Класифікатором професій ДК 003:2010, зокрема: 1475 – менеджер (управитель) з маркетингу 1475.4 – менеджер (управитель) зі збуту 1476.1 – менеджер (управитель) з реклами 1233 – керівники підрозділів маркетингу 1234 – керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 2419 – професіонали у сфері маркетингу: 2419.2 – консультант з маркетингу 2419.2 – економіст із збуту 2419.2 – рекламист (наявний стандарт) 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку (наявний стандарт). Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.
<b>Подальше навчання</b>	Навчання для здобуття третього рівня вищої освіти – НРК України 8 рівень, EQF-LLL – 8 рівень

<b>5 - Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, проходження практики, студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, що розвивають практичні навички, уміння та формують креативне мислення, підготовка до захисту кваліфікаційної роботи
<b>Оцінювання</b>	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, міні-групи, підготовка проєктів, проходження виробничої (переддипломної) практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен. Атестація – захист кваліфікаційної роботи.
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	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 проєкти та управляти ними.
<b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b>	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.

## 7 - Програмні результати навчання

- P 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- P 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- P 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- P 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- P 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- P 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- P 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- P 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- P 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- P 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- P 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- P 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- P 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- P 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- P 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

## 8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

### Кадрове забезпечення

Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, випускники, стейкхолдери.

Науково-педагогічний склад, залучений до реалізації освітньої складової освітньої програми є працівниками ВТЕІ ДТЕУ, мають вчене звання та/або науковий ступінь, проходять підвищення кваліфікації один раз на п'ять років, в т.ч. закордонні.

Фахову підготовку здійснює кафедра маркетингу та реклами, науково-педагогічний склад якої складається з достатньої кількості докторів економічних наук, професорів, кандидатів економічних наук та доцентів. До викладання освітніх компонент залучаються особи, що мають значний досвід практичної роботи.

<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ ДТЕУ
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ ДТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	–
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Міжнародна академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачена в рамках договорів про співпрацю: - з Академією туризму та готельного менеджменту (Гданськ, Польща) №32 від 16.11.2022 - з Університетом імені Яна Кохановського (Кельце, Польща) №28 від 19.10.2022
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	–



## 2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОП

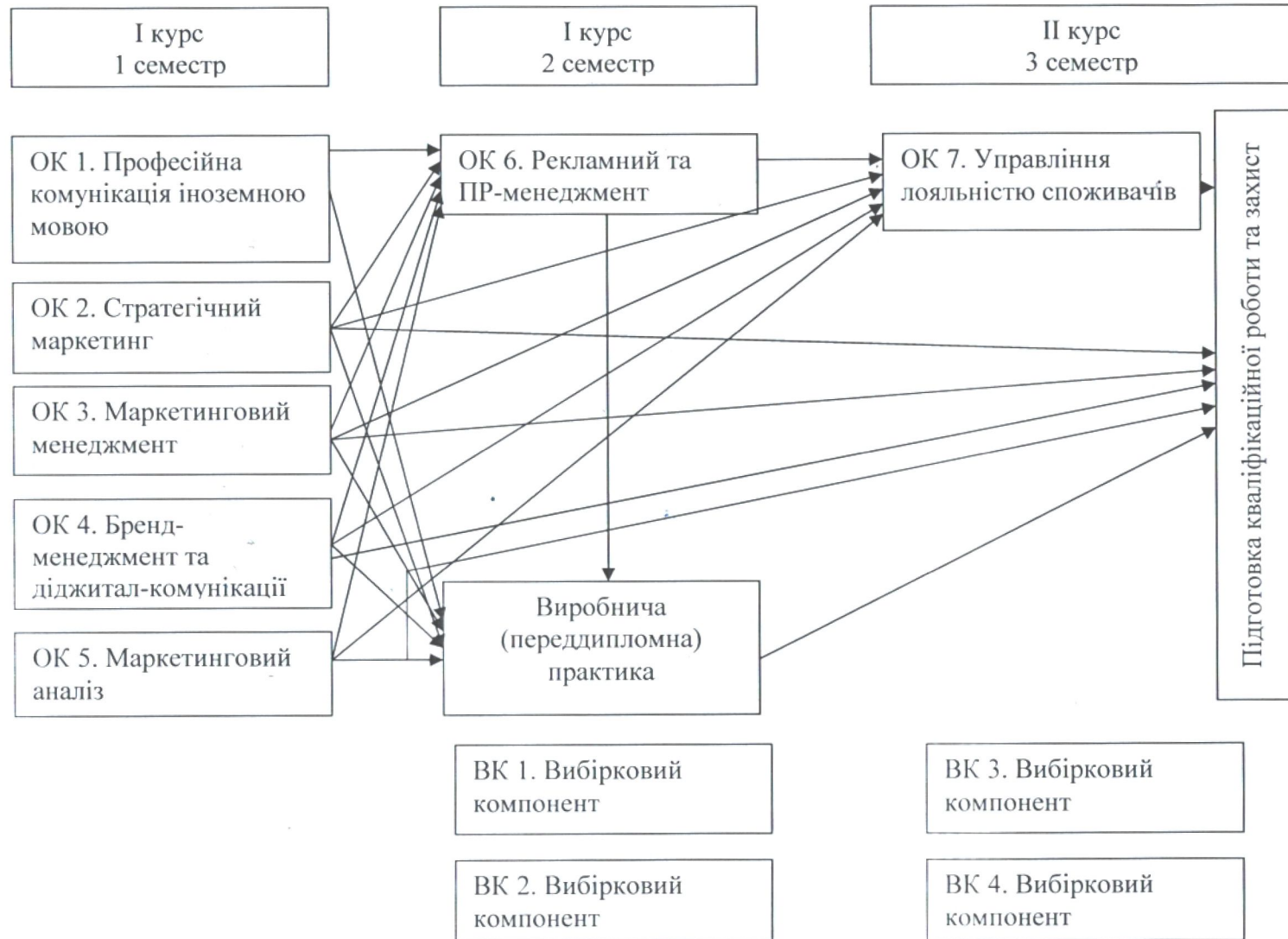
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
<b>1. Обов'язкові компоненти ОП</b>		
<b>1.1. Цикл загальної підготовки</b>		
ОК 1.	Професійна комунікація іноземною мовою / Professional Communication in Foreign Language	6
<b>Всього за 1.1</b>		<b>6</b>
<b>1.2. Цикл професійної підготовки</b>		
ОК 2.	Стратегічний маркетинг / Strategic Marketing	6
ОК 3.	Маркетинговий менеджмент / Marketing Management	6
ОК 4.	Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації / Brand Management and Digital communications	6
ОК 5.	Маркетинговий аналіз / Marketing Analysis	6
ОК 6.	Рекламний та ПР-менеджмент / Advertising and PR Management	9
ОК 7.	Управління лояльністю споживачів / Consumer Loyalty Management	6
<b>Всього за 1.2</b>		<b>39</b>
<b>1.3. Практична підготовка</b>		
Виробнича (переддипломна) практика / Pre-diploma Practical Training		9
<b>Всього за 1.3</b>		<b>9</b>
<b>1.4. Атестація</b>		
Підготовка кваліфікаційної роботи та захист / Writing and Defence of graduation Paper		12
<b>Всього за 1.4</b>		<b>12</b>
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів:</b>		<b>66</b>
<b>2. Вибіркові компоненти ОП</b>		
<b>2.1. Цикл загальної підготовки</b>		
<b>2.2. Цикл професійної підготовки</b>		
ВК 1.	Вибірковий компонент* / Optional Subject*	6
ВК 2.	Вибірковий компонент* / Optional Subject*	6
ВК 3.	Вибірковий компонент* / Optional Subject*	6
ВК 4.	Вибірковий компонент* / Optional Subject*	6
<b>Всього за 2.2</b>		<b>24</b>
<b>Загальний обсяг вибіркових компонентів:</b>		<b>24</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>90</b>

Для усіх компонент освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен

Примітка: Загальне число кредитів на семестр повинно становити 30

\* Вибірковий компонент передбачає планування часу 4 години на тиждень та розподіл аудиторного навантаження відповідно до його специфіки

## 2.2. Структурно-логічна схема ОП



### **3 . Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі підготовки кваліфікаційної роботи та її захисту та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.



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

	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	Виробнича (переддипломна) практика	Кваліфікаційна робота
P 1			+	+	+		+	+	+
P 2		+	+	+			+	+	+
P 3				+	+	+	+	+	+
P 4		+	+			+			+
P 5	+	+		+					+
P 6		+		+		+			+
P 7		+	+				+		+
P 8	+	+	+			+			+
P 9			+	+	+	+			+
P 10			+	+	+			+	+
P 11		+	+		+				+
P 12		+	+		+	+	+		+
P 13		+	+			+			+
P 14	+	+		+		+	+		+
P 15	+				+	+	+	+	+



## **РЕЦЕНЗІЯ - ВІДГУК**

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»  
другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,  
розроблену робочою групою кафедри маркетингу та реклами  
Вінницького торговельно-економічного інституту  
Державного торговельно-економічного університету

Зміна поведінки сучасних споживачів, яка відзначається різким скороченням вільного часу, пришвидшенням ритму повсякденного життя, інформаційною перенасиченістю та широким проникненням цифрових (digital) технологій у роботу і побут споживача пояснює розширення можливостей сучасного маркетингу, змінюючи функціонал та набір інструментів, необхідних для досягнення цілей і завдань компаній. Сучасні інформаційні технології надають підприємствам широкий набір маркетингових інструментів та можливостей для швидкої та успішної адаптації до перманентно мінливих умов.

Конкурентне середовище вимагає від підприємців опанування нових підходів до маркетингу. Отже, цілком очевидно, що основою успішної ринкової діяльності сучасного підприємства виступають саме маркетинг та система управління маркетингом, яка охоплює всі функціональні сфери його діяльності.

Рецензована ОПП «Маркетинг» містить прикладний характер, що направлена на опанування сучасних освітніх компонент, які забезпечують оволодіння здобувачами вищої освіти інтегральної, загальних, спеціальних (фахових) компетентностей та програмних результатів навчання, які передбачені Стандартом вищої освіти.

Рецензована ОПП «Маркетинг» містить освітні компонентів, що розроблені з урахуванням досвіду аналогічних програм провідних закладів вищої освіти України та закордонних ЗВО. Позитивним фактом є наповнення ОПП «Маркетинг» сучасними, професійно-орієнтованими освітніми компонентами з вектором на діджитал-комунікації та інноваційність, а саме

«Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації», «Рекламний та ПР-менеджмент», «Управління лояльністю споживачів», «Маркетинговий менеджмент», «Стратегічний маркетинг».

Надані рекомендації щодо удосконалення ОПП «Маркетинг» під час попереднього обговорення з робочою групою повністю враховані.

ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблена у Вінницькому торговельно-економічному інституті Державного торговельно-економічного університету відповідає сучасним вимогам та дозволяє опанувати зазначені компетентності, необхідні для ефективного вирішення професійних задач, досягнути програмні результати навчання та відповідає запитам стейкхолдерів, зокрема роботодавців.

Канд. екон. наук, доцент,  
Київський національний  
економічний університет імені  
Вадима Гетьмана,  
Президент ГО «Українська  
Асоціація маркетингу», м. Київ



Ірина ЛИЛИК



## Рецензія – відгук

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену у Вінницькому торговельно-економічному інституті Державного торговельно-економічного університету

Практика ведення бізнес-діяльності слугує беззаперечним аргументом на користь вагомості підготовки компетентних та вмотивованих маркетологів. Звідси витікає важливість розробки та реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», розробленої у Вінницькому торговельно-економічному інституті ДТЕУ.

Ознайомлення з освітньо-професійною програмою «Маркетинг» показує, що її зміст справедливо і в повній мірі включає загальні положення, профіль освітньо-професійної програми, перелік компонент освітньо-професійної програми, форму атестації здобувачів вищої освіти, матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми, матрицю забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми, чим створює належні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії та здобуття сукупності професійних навичок сучасного маркетолога.

Здобувачі на даній освітньо-професійній програмі мають можливість вивчати значущі дисципліни, опановувати знання і набувати компетенцій у сфері професійної комунікації іноземною мовою, стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, бренд-менеджменту, рекламного та PR-менеджменту та управління лояльністю споживачів.

Унікальність освітньо-професійної програми дійсно полягає в її орієнтації на якісну підготовку сучасних маркетологів, компетентних для вирішення складних задач і проблем в сфері маркетингу під час здійснення професійної діяльності та у процесі навчання, що передбачають проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах та за допомогою технологій діджитал-комунікацій. Адже програмні результати навчання ґрунтуються на сучасних освітніх компонентах циклу загальної та професійної підготовки, зміст яких відповідає тенденціям розвитку ринків праці, а також задовольняє потреби стейкхолдерів.

Передбачувана в освітньо-професійній програмі «Маркетинг» інтегральна компетентність здобувачів є стратегічно важливою та цілком логічно віддзеркалює 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.

З урахуванням позитивних моментів, що наведені вище, вважаємо за доцільне внести зміни в структурно-логічну схему освітньо-професійної програми, а саме: ОК «Професійна комунікація іноземною мовою» вивчати в 1 семестрі, що дасть можливість здобувачам вищої освіти презентувати свої власні дослідження іноземною мовою за іншими освітніми компонентами та допоможе більш професійно проводити маркетингові дослідження, які не обмежуються українським ринком, бути в курсі світових тенденцій в сфері стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, бренд-менеджменту та діджитал-комунікації, маркетингового аналізу, рекламного та PR-менеджменту, управління лояльністю споживачів.

Дана пропозиція носить рекомендаційний характер і не знижує якість підготовленого проекту освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» повністю відповідає встановленим вимогам і може бути рекомендована до впровадження.

Доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри підприємництва  
та маркетингу  
Івано-Франківського  
національного технічного  
університету нафти і газу



Ірина ПЕРЕВОЗОВА