

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

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

**«МАРКЕТИНГ» /
«MARKETING»**

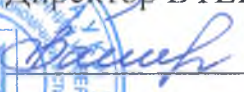
**Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність D5 Маркетинг
освітня програма Маркетинг**

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ВТЕІ ДТЕУ
(протокол № 05 від 31.03.2025)

Освітня програма
вводиться в дію з 01.09.2025



Директор ВТЕІ ДТЕУ
 Наталія ЗАМКОВА
(наказ № 67 від 31.03.2025)

Вінниця 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

Погоджено

Заступник директора
з навчально-методичної роботи

21.03 2025


(підпис)

Лілія МАРТИНОВА
(власне ім'я, прізвище)

Погоджено

Начальник навчально-
методичного відділу ВТЕІ ДТЕУ

21.03 2025


(підпис)

Тетяна ШЕВЧУК
(власне ім'я, прізвище)

Погоджено

Декан факультету торгівлі, маркетингу та
сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ


(підпис) Сергій ГИРИЧ
(власне ім'я, прізвище) 2025

Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу та реклами
ВТЕІ ДТЕУ


(підпис) Ірина ПОЛЩУК
(власне ім'я, прізвище) 2025

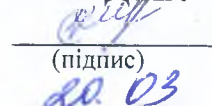
Погоджено

Гарант освітньої програми ВТЕІ ДТЕУ


(підпис) Ольга ГРОМОВА
(власне ім'я, прізвище) 2025

Погоджено

Голова РСС факультету торгівлі,
маркетингу та сфери обслуговування
ВТЕІ ДТЕУ


(підпис) Надія СПОРИШ
(власне ім'я, прізвище) 2025

Погоджено

Стейкголдер
Директор ТОВ «Етрон»,
м. Вінниця


(підпис) Анна ШЕВЧУК
(власне ім'я, прізвище) 2025



Погоджено

Стейкголдер
Директор ТОВ «Вінглобал Плюс»,
м. Вінниця


(підпис) Олександр ШЕВЧУК
(власне ім'я, прізвище) 2025



ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Громова Ольга – д-р екон. наук, доцент, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Маркетинг».
2. Поліщук Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «магістр» 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, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Логістика».
5. Шевчук Анна – директор ТОВ «ЕТРОН», м. Вінниця.
6. Шевчук Олександр – директор ТОВ «ВІНГЛОБАЛ ПЛЮС», м. Вінниця.
7. Драч Яна – здобувач вищої освіти ОС «бакалавр».
8. Струшинська Валерія – здобувач вищої освіти ОС «бакалавр».
9. Бровко Орест – випускник ВТЕІ ДТЕУ ОС «бакалавр», 2024 р.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Станкевич Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва і архітектури, м. Одеса.
2. Лирик Ірина – президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу».

Профіль освітньої програми зі спеціальності D5 Маркетинг (за освітньою програмою Маркетинг)

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет Вінницький торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу та реклами
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Тип диплому	Диплом бакалавра, одиничний
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність D5 Маркетинг освітня програма Маркетинг
Мова(и) викладання	Українська
Обсяг ОП і вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за ОП	На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, а також спеціальності C1 Економіка – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.
Форми здобуття освіти та терміни виконання ОП	Без обмежень Термін навчання – 3 роки 10 місяців
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.vtei.com.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців здатних до наукової і практичної діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	

3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. 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 і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма спрямована на надання знань в сфері маркетингу, орієнтує на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції, що дозволяє сформувати професійні, наукові, аналітичні, організаційні, управлінські компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна вища освіта за спеціальністю D5 Маркетинг <i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингові комунікації, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингові дослідження, реклама, SMM, логістика, територіальний маркетинг, управління продажем та мерчандайзинг, поведінка споживачів, моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства, міжнародний маркетинг.
Особливості програми	Програма забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації маркетингової діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з маркетингу стосовно сучасних процесів розвитку бізнес-діяльності. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації, враховуючи умови та виклики сучасності, за рахунок поглибленого вивчення спеціалізованих маркетингових освітніх компонент, які формують новітні та найбільш затребувані навички для бізнес-діяльності. Особливістю освітньої програми є направленість вивчення значної кількості освітніх компонент, які спрямовані на оволодіння, в тому числі, інноваційними маркетинговими інструментами та діджитал технологіями фахівцями сфери маркетингу.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники бакалаври спеціальності D5 Маркетинг спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема: 2419 – професіонали у сфері маркетингу: 2419.2 – консультант з маркетингу 2419.2 – економіст із збуту 2419.2 – рекламіст (наявний стандарт) 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) (наявний професійний стандарт) 2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 3415 – технічні та торговельні представники: агент комерційний; агент морський; агент торговельний; комівояжер; мерчандайзер; представник торговельний; торговець комерційний; торговець промисловий; торговець роз'їзний; торговець технічний; 3416 – закупники (наявний стандарт). Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.
Подальше навчання / Академічні права випускників	Навчання за програмами другого рівня вищої освіти, НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	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. Застосування сучасних інформаційних технологій (самостійна робота з інформаційними джерелами, консультації викладачів, використання системи управління навчанням MOODLE).
Оцінювання	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен. Атестація – атестаційний екзамен.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 11. Здатність працювати в команді. ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)	СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати

	результати досліджень у сфері маркетингу. СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі. СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. СК 15. Здатність використовувати інноваційний маркетинговий інструментарій у діяльності ринкових суб'єктів. СК 16. Здатність застосовувати сучасні діджитал технології у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання	
	Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації

	державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Освітній процес забезпечується науково-педагогічними працівниками відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, випускники, стейкхолдери. Науково-педагогічний склад, залучений до реалізації освітньої складової освітньої програми є працівниками ВТЕІ ДТЕУ, які 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.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Навчальні приміщення, лабораторії, комп'ютерні та спеціалізовані аудиторії, доступ до системи дистанційного навчання, Microsoft Office 365, дозволяють повністю забезпечити освітній процес протягом усього навчання за освітньою програмою. Аудиторії обладнані мультимедійним обладнанням, відповідають санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки. Навчальні корпуси обладнані пандусами (стаціонарними / мобільними), дотримані безпекові норми (наявні тимчасові укриття). Освітній процес забезпечено роботою Центрів інституту (Центр розвитку кар'єри, Центр моніторингу якості освітнього процесу та інноваційного розвитку, Центр грантових проєктів, Ресурсний центр зі сталого розвитку).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ ДТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників Офіційний веб-сайт http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/ Системи управління навчанням MOODLE http://m.vtei.edu.ua/ (матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми). Всі ресурси бібліотеки доступні за посиланням http://lib.vtei.edu.ua/ Читальні зали забезпечені вільним доступом до мережі Інтернет.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод ВТЕІ ДТЕУ із закладами вищої освіти в межах України
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачена в рамках договорів про співпрацю: – Університет «Александру Іоан Куза», факультет економіки та бізнес адміністрування, м. Яси, Румунія № 47 від 22.05.2023. – Університет ім. Яна Кохановського, м.Кельце, Польща № 28 від 19.10.2022. – Регіональна туристична організація Свентокшиського Воєводства, м. Кельце, Польща № 27 від 19.10.2022.

	– Академія туризму та готельного менеджменту, м. Гданськ, Польща № 32 від 16.11.2022. – Університет суспільних наук, м. Лодзь, Польща № 25 від 20.04.2017.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	–

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

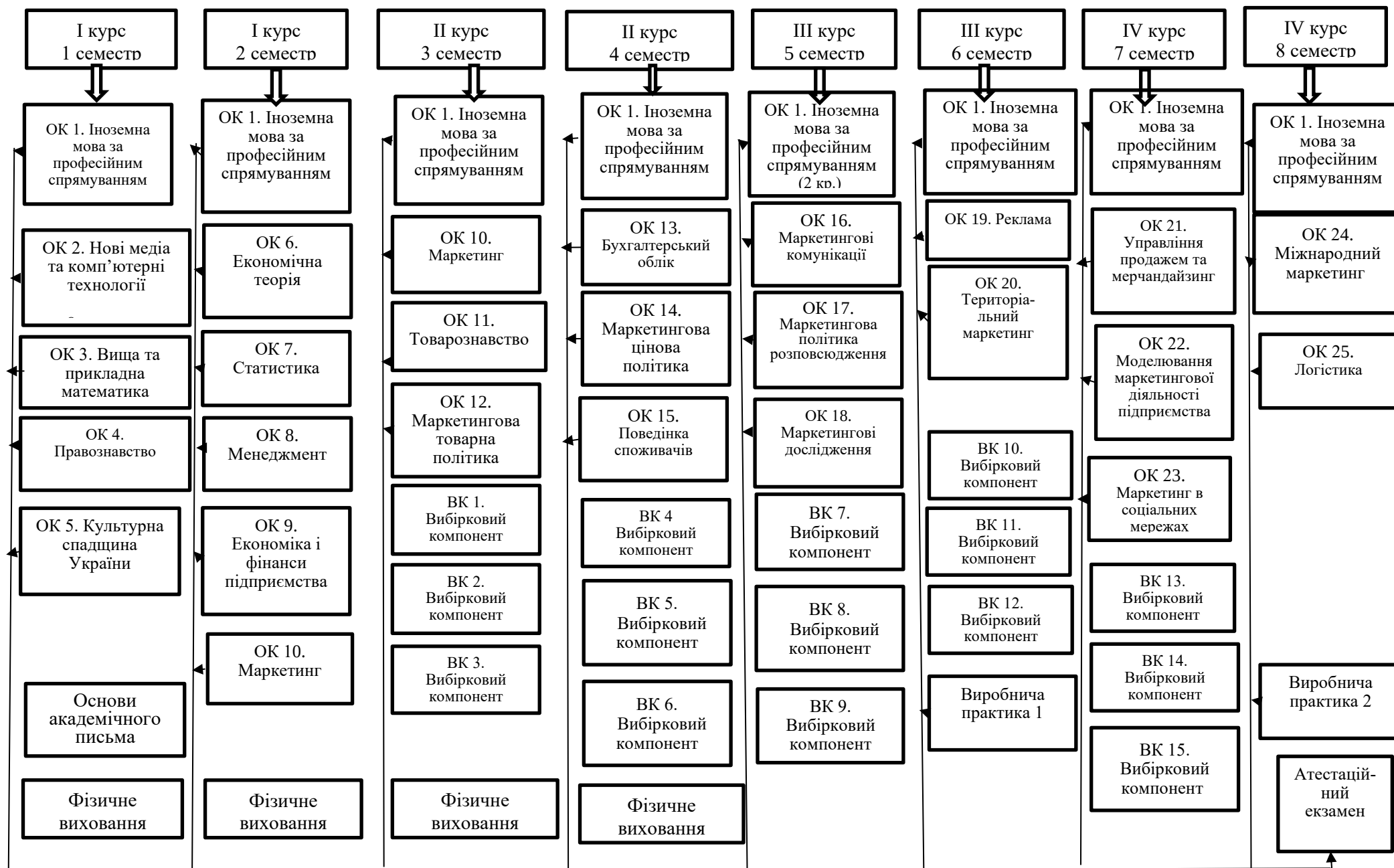
Код ОК	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, атестаційний екзамен)	Кількість кредитів	Форма контролю
1	2	3	
Обов'язкові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням / Foreign Language for Specific Purposes	24	Залік / Екзамен
ОК 2	Нові медіа та комп'ютерні технології / New Media and Computer Technologies	6	Екзамен
ОК 3	Вища та прикладна математика / Advanced and Applied Mathematics	6	Екзамен
ОК 4	Правознавство / Law	6	Екзамен
ОК 5	Культурна спадщина України / Cultural Heritage of Ukraine	6	Екзамен
ОК 6	Економічна теорія / Economic Theory	6	Екзамен
	Фізичне виховання* / Physical Education*		Залік
	Основи академічного письма* / Basics of Academic Writing*		Залік
Всього:		54	
Цикл професійної підготовки			
ОК 7	Статистика / Statistics	6	Екзамен
ОК 8	Менеджмент / Management	6	Екзамен
ОК 9	Економіка і фінанси підприємства / Economics and Finance of the Enterprise	6	Екзамен
ОК 10	Маркетинг / Marketing	8	Екзамен
ОК 11	Товарознавство / Science of Commodities	6	Екзамен
ОК 12	Маркетингова товарна політика / Marketing Commodity Policy	6	Екзамен
ОК 13.	Бухгалтерський облік / Accounting	6	Екзамен
ОК 14	Маркетингова цінова політика / Marketing Price Policy	4	Екзамен
ОК 15	Поведінка споживачів / Consumer Behavior	6	Екзамен
ОК 16	Маркетингові комунікації / Marketing Communication	6	Екзамен
ОК 17	Маркетингова політика розповсюдження / Marketing distribution policy	4	Екзамен
ОК 18	Маркетингові дослідження / Marketing Research	6	Екзамен
ОК 19	Реклама / Advertising	6	Екзамен
ОК 20	Територіальний маркетинг / Territorial Marketing	7	Екзамен

ОК 21	Управління продажем та мерчандайзинг / Sales Management and Merchandising	6	Екзамен
ОК 22	Моделювання маркетингової діяльності підприємства / Modelling the Marketing Activities of an Enterprise	4	Екзамен
ОК 23	Маркетинг в соціальних мережах / Social Media Marketing	6	Екзамен
ОК 24	Міжнародний маркетинг / International Marketing	9	Екзамен
ОК 25	Логістика / Logistics	6	Екзамен
Всього:		114	
Практична підготовка			
Виробнича практика 1 / Practical Training 1		3	Залік
Виробнича практика 2 / Practical Training 2		6	Залік
Всього практичної підготовки		9	
Атестація			
Атестаційний екзамен / Certification Exam		3	Екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180	
Вибіркові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
ВК 1	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 2	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
Всього:		8	
Цикл професійної підготовки			
ВК 3	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 4	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 5	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 6	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 7	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 8	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 9	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 10	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 11	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 12	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 13	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 14	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
ВК 15	Вибірковий компонент / Optional Subject	4	Екзамен
Всього:		52	
Загальний обсяг вибірових компонентів:		60	

ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	240	
Базова загальновійськова підготовка для громадян України чоловічої статі (жіночої статі - добровільно), 2-ий рік навчання на основі ПЗСО, 1-ий рік на основі НРК5 (Ст. 6 Закону України «Про основи національного спротиву», Ст. 10 ¹ Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу», Постанова Кабінету Міністрів України від 21 червня 2024 р. № 734 «Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських»)		
Теоретична підготовка	3	
Практична підготовка	7	
Всього	10	

Примітка: * Позакредитний компонент

2.2. Структурно-логічна схема ОПП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випусників освітньої програми Маркетинг спеціальності D5 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність D5 Маркетинг освітня програма Маркетинг.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	Виробнича практика 1	Виробнича практика 2	Атестаційний екзамен	
Інтегральна компетентність	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК 1				+	+																			+					
ЗК 2		+	+	+	+			+		+		+									+			+			+		
ЗК 3		+	+	+		+	+	+				+	+	+			+				+			+					
ЗК 4	+	+	+				+		+				+	+			+		+	+	+	+			+				
ЗК 5									+							+					+	+							+
ЗК 6			+			+	+	+	+		+				+				+	+					+	+			
ЗК 7	+						+			+	+	+	+	+	+		+		+	+				+	+	+		+	+
ЗК 8		+	+			+	+		+		+	+				+		+		+									+
ЗК 9	+	+	+				+	+		+		+				+			+	+	+	+	+			+	+	+	+
ЗК 10	+																												+
ЗК 11										+					+	+			+	+	+				+		+	+	+
ЗК 12	+					+			+	+			+	+	+		+		+	+	+						+	+	+
ЗК 13	+																												+
ЗК 14				+	+			+		+		+							+	+	+	+	+						
ЗК 15										+									+								+	+	+
СК 1							+							+			+		+				+	+		+	+	+	+
СК 2							+							+			+								+	+	+		
СК 3						+	+		+						+	+		+		+					+		+		
СК 4						+		+	+							+				+			+		+				
СК 5																				+		+		+		+	+		
СК 6										+								+	+	+				+			+	+	
СК 7							+		+		+		+					+	+										
СК 8														+			+		+				+				+		
СК 9												+				+		+		+									+
СК 10								+		+										+									
СК 11						+	+								+			+	+	+									
СК 12							+								+			+	+	+	+	+	+				+	+	
СК 13											+			+			+	+			+							+	
СК 14									+			+								+					+	+	+		
СК 15												+			+			+	+	+	+	+		+	+				
СК 16										+				+		+	+		+				+	+	+				

**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	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	Виробнича практика 1	Виробнича практика 2	Атестаційний екзамен
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	+			+	+									+		+	+		+	+					+			
P 16	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+						+	+					+	+	+	+
P 17	+													+		+		+	+	+		+		+	+			+
P 18				+	+					+		+			+	+			+	+	+	+						

Аркуш реєстрації змін

[illegible]

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»

першого рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 «Маркетинг»

галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр

спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг»

Якісна підготовка студентів у сфері маркетингу є актуальним завданням сучасної освіти. В умовах динамічного ринку зростає потреба у висококваліфікованих фахівцях, здатних до творчого мислення, постійного розвитку та забезпечення конкурентоспроможності. Це має важливе значення для підтримки європейського соціального простору та адаптації до сучасних умов господарювання.

Освітньо-професійна програма визначає ключові компетентності відповідно до специфіки маркетингової діяльності. Вони поділяються на загальні та фахові, що найбільш відповідають цілям навчання. Фахові компетентності мають практичну спрямованість і є необхідними для майбутньої професійної діяльності випускників.

Структура компонентів освітньо-професійної програми (ОП) та їхня логічна послідовність повністю узгоджуються із завданнями підготовки фахівців. Перелік і обсяг як обов'язкових, так і вибіркових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг». Вони спрямовані на формування компетентностей, що відповідають очікуванням роботодавців (стейкхолдерів) та актуальним потребам ринку праці.

Варто зазначити, що рецензована освітньо-професійна програма передбачає вивчення ОК Іноземна мова спеціальності та ОК Іноземна мова за професійним спрямуванням на першому, другому та четвертому курсах. На нашу думку, слід рівномірно розподілити вивчення таких ОК протягом всього

навчання на здобуття першого рівня вищої освіти, що дозволить імплементувати наукові здобутки у міжнародне освітнє середовище.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ містить усі необхідні структурні й змістові елементи, що відповідають вимогам Стандарту вищої освіти. Вона забезпечує досягнення визначених програмних результатів навчання та сприяє формуванню необхідних професійних компетенцій здобувачів. Таким чином, програма є обґрунтованою та рекомендованою для впровадження в освітній процес.

Рецензент:

д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри
менеджменту і маркетингу
Одеської державної академії
будівництва та архітектури

 Ірина СТАНКЕВИЧ



РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг», що реалізується у Вінницькому торговельно-економічному інституті ДТЕУ, розроблена з урахуванням сучасних вимог до підготовки висококваліфікованих спеціалістів у сфері маркетингу. Вона включає всі необхідні структурні та змістовні компоненти, що відповідають актуальним практичним потребам галузі. Завдяки впровадженню цієї програми забезпечується досягнення визначених навчальних результатів та формування ключових компетентностей, необхідних майбутнім маркетологам.

Програма відповідає стандартам вищої освіти, включаючи всі необхідні елементи, які сприяють набуттю професійних знань, умінь та навичок. Вона орієнтована на досягнення програмних результатів навчання відповідно до державних вимог у галузі маркетингу та забезпечує комплексну підготовку студентів спеціальності D5 «Маркетинг».

Процес розроблення освітньо-професійної програми здійснювався у тісній співпраці з науковцями та представниками бізнес-середовища, що дало змогу врахувати їхні очікування та вимоги щодо підготовки фахівців у сфері маркетингу. Програма побудована відповідно до структурно-логічної схеми навчання студентів за спеціальністю 075 «Маркетинг» і повністю відповідає запитам сучасного ринку праці.

Однією з ключових особливостей цієї програми є її спрямованість на компетентнісний підхід, що забезпечує всебічний розвиток особистості студента та формування необхідних професійних навичок. Програма пройшла рецензування, отримала позитивні оцінки та визнана такою, що відповідає встановленим стандартам, що дозволяє рекомендувати її для впровадження.

Рецензент:

президент
ГО «Українська Асоціація Маркетингу»



Ірина ЛИЛИК