

**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 075 «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»**

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ВТЕІ ДТЕУ
(протокол № 05 від 29.04.2024)

Освітня програма
вводиться в дію з 02.09.2024

Директор ВТЕІ ДТЕУ

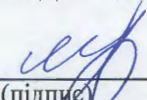

Наталія ЗАМКОВА
(наказ № 68 від 29.04.2024)



ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Погоджено

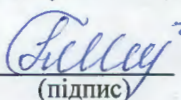
Заступник директора з навчально-методичної роботи ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
18.04 2024

Лілія МАРТИНОВА
(ініціали, прізвище)

Погоджено

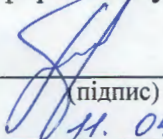
Начальник навчально-методичного відділу ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
18.04 2024

Тетяна ШЕВЧУК
(ініціали, прізвище)

Погоджено

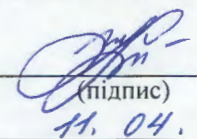
Декан факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
11.04. 2024

Сергій ГИРИЧ
(ініціали, прізвище)

Погоджено

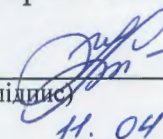
Завідувач кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
11.04. 2024

Ірина ПОЛШЧУК
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Гарант освітньої програми ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
11.04 2024

Ірина ПОЛШЧУК
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Голова РСС факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
11.04 2024

Вікторія ЗАГРОДСЬКА
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Стейкхолдер
Директор ТОВ «Промавтоматика
Вінниця», м. Вінниця


(підпис)
11.04 2024

Михайло ГАНЧУК
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Стейкхолдер
Директор ТОВ «ТРК «Реґіон Інформ»,
м. Вінниця


(підпис)
11.04 2024

Юрій МЕЛАНІШЕН
(ініціали, прізвище)



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, професор 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, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Логістика».
5. Ганчук Михайло – директор ТОВ «Промавтоматика Вінниця», м. Вінниця.
6. Меланишен Юрій – директор ТОВ «ТРК «РЕГІОН-ІНФОРМ», м. Вінниця.
7. Рудь Валерія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «бакалавр», 2023 р., здобувач вищої освіти ОС «магістр».
8. Олійник Марина – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «магістр», 2023 р.
9. Шуневич Вікторія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «магістр», 2022 р.
10. Мельник Юлія – випускниця ВТЕІ КНТЕУ ОС «магістр», 2021 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. Станкевич Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва і архітектури, м. Одеса.

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

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Вінницький торговельно-економічний інститут Державний торговельно-економічний університет (ВТЕІ ДТЕУ) Кафедра маркетингу та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність 075 «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитована, Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Україна, до 01.07.2029
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Освітні ступені вищої освіти «бакалавр», «магістр», освітньо-кваліфікаційний рівень «спеціаліст»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	1 рік 4 місяці
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/homepage/publicna-informatsiia?layout=edit&id=2082
2 - Мета освітньої програми	
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.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг» Відсоток обов'язкових компонент ОП – 73,3%, з них: – цикл загальної підготовки – 13,3%; – цикл професійної підготовки – 40,0%; – практичної підготовки – 6,7%; – атестації – 13,3%. Відсоток вибірових компонент – 26,7 %, з них: – цикл професійної підготовки – 26,7%.

	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Методи, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>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</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Вища спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, бренд-менеджмент, діджитал-комінікації, управління лояльністю споживачів, маркетинговий аналіз, рекламний менеджмент, PR-менеджмент, самомаркетинг, професійна комунікація іноземною мовою</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>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.</p>

4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	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.
Подальше навчання / Академічні права випускників	Навчання для здобуття третього рівня вищої освіти – НРК України 8 рівень, EQF-LLL – 8 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

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, міні-групи, підготовка проєктів, проходження виробничої (переддипломної) практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен. Атестація – захист кваліфікаційної роботи.

6 - Програмні компетентності

Інтегральна компетентність	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)	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.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	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	
	Р 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

	<p>Р 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>Р 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>Р 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>Р 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>Р 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>Р 15.Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Освітній процес забезпечується науково-педагогічними працівниками відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p> <p>Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, випускники, стейкхолдери.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p> <p>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).</p> <p>Освітній процес забезпечено роботою Центрів інституту (Центр розвитку кар'єри, Центр моніторингу якості освітнього процесу та інноваційного розвитку, Центр грантових проектів, Ресурсний центр зі сталого розвитку).</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ ДТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників</p>

	<p>Офіційний веб-сайт http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/ Системи управління навчанням MOODLE http://moodle.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</p>
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	<p>Міжнародна академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачена в рамках договорів про співпрацю:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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

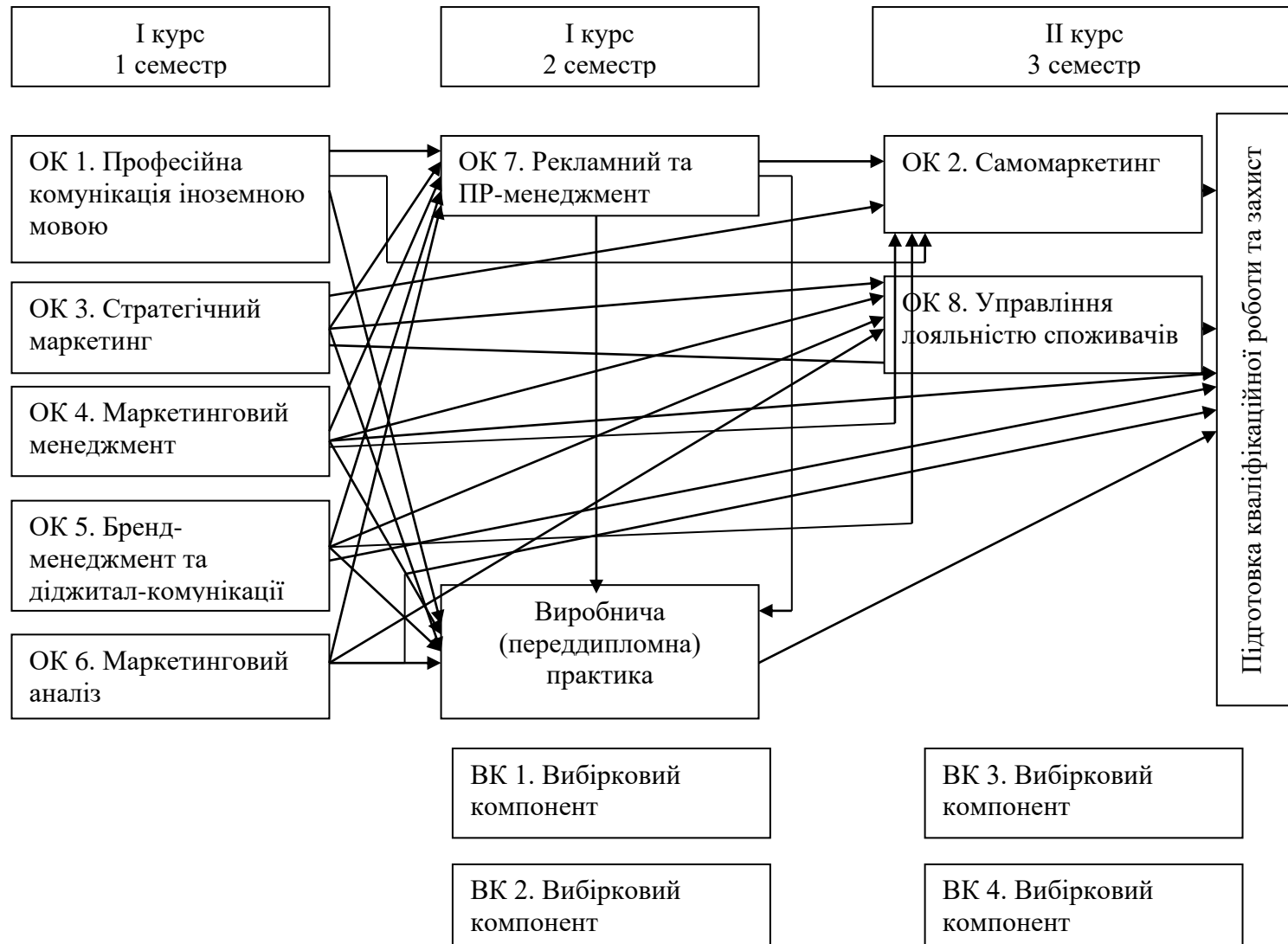
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
1. Обов'язкові компоненти ОП		
1.1. Цикл загальної підготовки		
ОК 1.	Професійна комунікація іноземною мовою / Professional Communication in Foreign Language	6
ОК 2.	Самомаркетинг / Self-Marketing	6
Всього за циклом загальної підготовки 1.1		12
1.2. Цикл професійної підготовки		
ОК 3.	Стратегічний маркетинг / Strategic Marketing	6
ОК 4.	Маркетинговий менеджмент / Marketing Management	6
ОК 5.	Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації / Brand Management and Digital communications	6
ОК 6.	Маркетинговий аналіз / Marketing Analysis	6
ОК 7.	Рекламний та ПР-менеджмент / Advertising and PR Management	6
ОК 8.	Управління лояльністю споживачів / Consumer Loyalty Management	6
Всього за циклом професійної підготовки 1.2		36
1.3. Практична підготовка		
Виробнича (переддипломна) практика / Pre-diploma Practical Training		6
Всього за практичною підготовкою 1.3		6
1.4. Атестація		
Підготовка кваліфікаційної роботи та захист / Writing and Defence of Graduation Paper		12
Всього за атестацією 1.4		12
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		66
2. Вибіркові компоненти ОП		
2.1. Цикл загальної підготовки		
2.2. Цикл професійної підготовки		
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
Всього за 2.2		24
Загальний обсяг вибірових компонентів:		24
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90

Примітка:

Для усіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

Загальне число кредитів на семестр повинно становити 30.

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 075 «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг».

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту 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.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Кваліфікаційна робота оприлюднюється у репозитарії ВТЕІ ДТЕУ. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	Виробнича (переддипломна) практика	Кваліфікаційна робота
Інтегральна компетентність	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1				+	+	+		+		+
ЗК 2			+		+		+	+		+
ЗК 3				+		+				+
ЗК 4	+	+	+	+					+	
ЗК 5	+	+		+	+		+		+	
ЗК 6	+		+	+		+		+		+
ЗК 7		+		+	+			+		
ЗК 8			+	+			+	+		+
СК 1			+		+	+		+		+
СК 2		+	+		+			+	+	+
СК 3				+	+	+	+		+	+
СК 4		+	+		+		+	+		+
СК 5			+	+		+	+			+
СК 6		+		+	+		+			+
СК 7		+	+		+	+	+			+
СК 8				+	+	+	+	+	+	+
СК 9			+		+	+	+	+	+	+

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

РЕЦЕНЗІЯ
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

Сучасний ринок вимагає від сфери вищої освіти підготовки компетентних кадрів, висока кваліфікація яких характеризується відповідністю основним принципам маркетингу, що поєднується з їх адаптивністю до умов невизначеності, гнучкістю і мобільністю в умовах трансформаційних та інституційних змін. Саме маркетологи покликані приймати креативні рішення, долати конфліктні ситуації і працювати в команді. Важливими якостями цих фахівців є також стресостійкість, обізнаність в сучасних цифрових технологіях та володіння навиками використання штучного інтелекту в управлінні економічними системами, здібностями швидкого опанування програмним забезпеченням та інформаційними системами в прийнятті виважених маркетингових рішень.

У контексті вищезазначеного освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», підготовлена кафедрою маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ, в повній мірі відповідає викликам сьогодення, що реалізується безпосередньо через вивчення освітніх компонент загальної та професійної підготовки, практичне навчання та його дослідницьку складову.

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», «Самомаркетинг».

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.

**Президент
Української Асоціації маркетингу,
канд. екон. наук, доцент,
Київський національний
економічний університет імені
Вадима Гетьмана, м. Київ**



Ірина ЛИЛИК

РЕЦЕНЗІЯ

**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**

Сучасний динамічний та конкурентний бізнес потребує компетентних та мотивованих фахівців, особливо у сфері маркетингу. 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.

Здобувачі вищої освіти на даній освітньо-професійній програмі мають можливість вивчати важливі і сучасні освітні компоненти, опанувувати знання і набувати компетенцій у сфері професійної комунікації іноземною мовою, стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, бренд-менеджменту, рекламного та PR-менеджменту, управління лояльністю споживачів, самомаркетингу.

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.

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 стейкгоल्дерів.

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.

Слід відмітити, що включення до навчального плану освітнього компоненту «Самомаркетинг» є надзвичайно важливою опцією і сприятиме вихованню у майбутніх маркетологів усвідомлення власної цінності, Ефективної презентації себе, розвитку особистого бренду, вмінню будувати мережу контактів, адаптації до мінливих умов ринку, підвищення працевлаштування, підвищення рівня самозанятості. Включення освітнього компоненту «Самомаркетинг» до освітньо-професійної програми – це інвестиція в майбутнє здобувачів вищої освіти, яка допоможе їм стати успішними маркетологами.

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 менеджменту і маркетингу
Одеської державної академії
будівництва і архітектури, м. Одеса**

Триша
Триша СТАНКЕВИЧ

Підпис *Триша Станкевич*
ЗАСВІДЧУЮ
НАЧАЛЬНИК ВІДДІЛУ
КАДРІВ
Н. В.
Триша Станкевич
02071033

