

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

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ / MARKETING»
Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ВТЕІ ДТЕУ
(протокол № 02 від «28» 03. 2022 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09. 2022 р.



Директор ВТЕІ ДТЕУ
Наталія ЗАМКОВА

(наказ № 61 від 31. 03. 2022 р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Погоджено


Заступник директора
з навчально-методичної роботи
(посада)


(підпис)
16.03. 2022р.

Лілія МАРТИНОВА
(ім'я, прізвище)

Погоджено


Начальник навчального відділу
ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. 2022р.

Оксана СЛОБОДИСЬКА
(ім'я, прізвище)

Погоджено

Начальник навчально-методичного
відділу ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. 2022р.

Тетяна ШЕВЧУК
(ім'я, прізвище)

Погоджено

Декан факультету торгівлі, маркетингу
та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. 2022р.

Сергій ГИРИЧ
(ім'я, прізвище)

Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу
та реклами ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. 2022р.

Ірина ПОЛЩУК
(ім'я, прізвище)

Погоджено

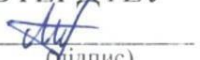
Гарант освітньої програми ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. 2022р.

Ольга ГРОМОВА
(ім'я, прізвище)

Погоджено

Голова РСС факультету торгівлі,
маркетингу та сфери обслуговування
ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. 2022р.

Слизавета ЧИЧІРКО
(ім'я, прізвище)

Погоджено

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


(підпис)


Володимир ШЕВЧУК
(ім'я, прізвище)

15.03. 2022р.

Погоджено

Стейкголдер Директор ТРК «Регіон
Інформ» м. Вінниця.




(підпис) Юрій МЕЛАНІШЕН
(ім'я, прізвище)

2022р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Громова Ольга – д-р екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Маркетинг».
2. Танасійчук Альона – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «молодший бакалавр» ОП «Маркетинг».
3. Поліщук Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «магістр» ОП «Маркетинг».
4. Довгань Юрій – канд. екон. наук, старший викладач 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, проєктної діяльності та сприяння інвестиціям виконавчого апарату Вінницької обласної Ради, м. Вінниця.
6. Меланишен Юрій – директор ТРК «Регіон Інформ», м. Вінниця.
7. Шуневич Вікторія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «бакалавр», 2021 р., здобувач вищої освіти ОС «магістр».
8. Олійник Марина – здобувач вищої освіти ОС «бакалавр».
9. Мельник Юлія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «магістр», 2021 р.

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 Державного торговельно-економічного університету (ВТЕІ ДТЕУ) Кафедра маркетингу та реклами
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, – на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; – на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»): <ul style="list-style-type: none"> • спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; • інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; • на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» – не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти (зміни внесено відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 28.05.2021 №593).
Наявність акредитації	Акредитована, Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, Україна, 2020
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта, початковий рівень вищої освіти, фахова передвища освіта
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	До 28.01.2025
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
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))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг» Обов'язковий компонент – 70%, вибірковий компонент – 25%, практична підготовка – 4%, атестація – 1%
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 сформуванню 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 075 «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетингові комунікації, маркетингова цінова політика, маркетингові дослідження, поведінка споживачів, організація торгівлі, логістика, реклама, територіальний маркетинг, управління продажем та мерчандайзинг, моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства, міжнародний маркетинг
Особливості програми	Програма забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективною реалізацією 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 дисциплін, які формують новітні та найбільш затребувані навички для бізнес-діяльності, в т.ч. у сфері торгівлі (реклама, управління продажем та мерчандайзинг). Особливістю освітньої програми є направленість вивчення значної кількості освітніх компонентів, які спрямовані на забезпечення сфери торгівлі висококваліфікованими та вмотивованими до сучасних знань фахівцями, що зумовлюється унікальністю закладу вищої освіти (ВТЕІ ДТЕУ).

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	Випускники бакалаври спеціальності 075 «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 – рекламист 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. Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.
--	--

Подальше навчання	Навчання за програмами другого рівня вищої освіти, НРК України – 7 рівень, 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 атестаційного екзамену.
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.

<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>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.</p> <p>Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію</p>

	<p>Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>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.</p> <p>Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>Р 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<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 фахових дисциплін залучаються особи, що мають значний досвід практичної роботи.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ ДТЕУ
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ ДТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	–
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна академічна мобільність здійснюється за міжнародними програмами і проектами в рамках Еразмус +, КА 2 – «WeCan», «Допомога в інтеграції новоприбулим жінкам-переселенкам через підприємництво», 2019-1-SE01-KA204-060421 «SEE-ME» («Балтійська співпраця з попередження дострокового припинення навчання»), 10055/2017.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	–

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

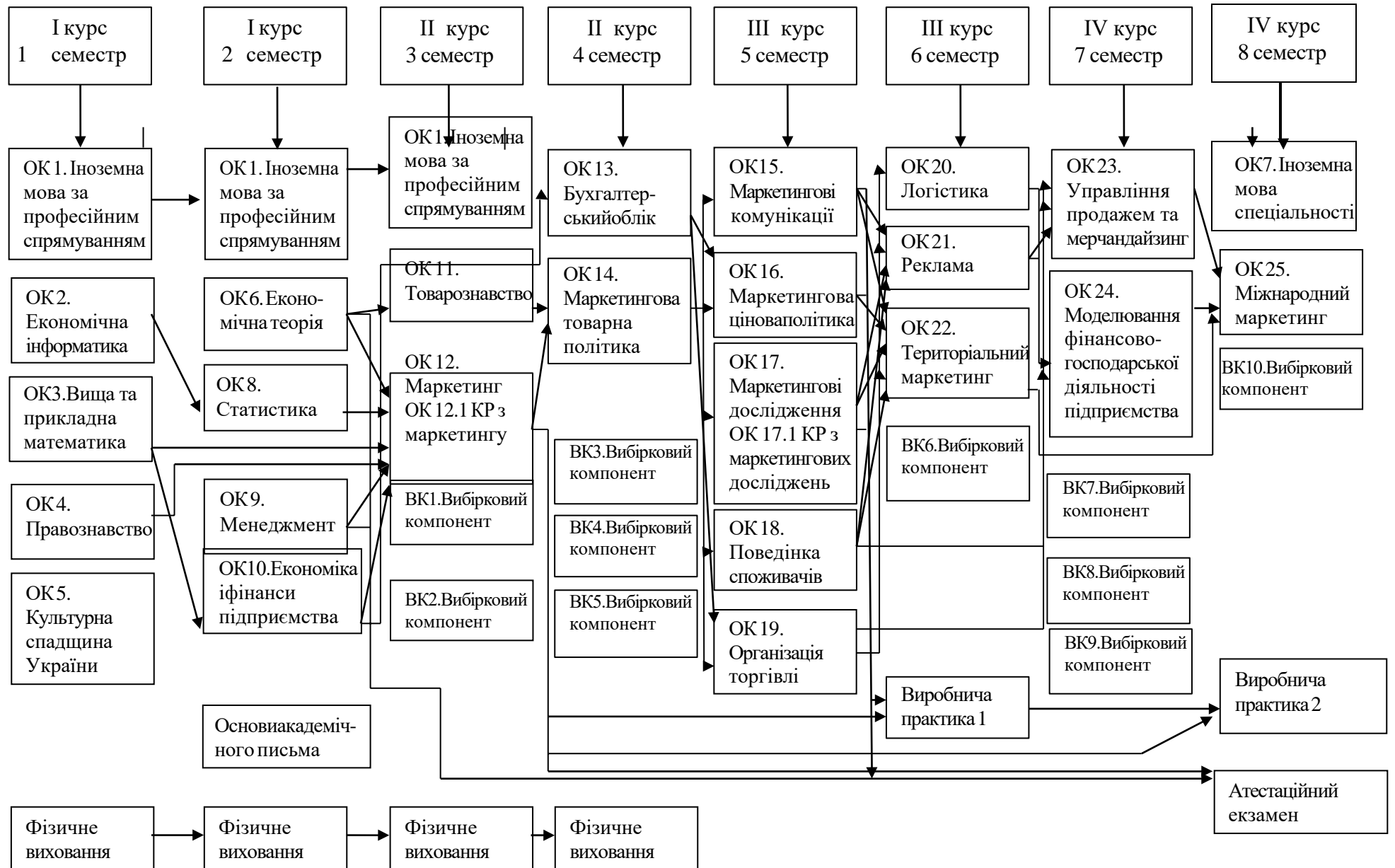
2.1. Перелік компонент ОП

Кодн/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
Цикл загальної підготовки		
ОК 1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням / Foreign Language for Specific Purposes	18
ОК 2.	Економічна інформатика / Economic Information Science	6
ОК 3.	Вища та прикладна математика / Advanced and Applied Mathematics	6
ОК 4.	Правознавство / Law	6
ОК 5.	Культурна спадщина України / Cultural Heritage of Ukraine	6
ОК 6.	Економічна теорія / Economic Theory	6
ОК 7.	Іноземна мова спеціальності / Foreign Language of Specialization	6
	Фізичне виховання / Physical Education	
	Основи академічного письма / Basics of Academic Writing	
Всього:		54
Цикл професійної підготовки		
ОК 8.	Статистика / Statistics	6
ОК 9.	Менеджмент / Management	6
ОК 10.	Економіка і фінанси підприємства / Economics and Finance of the Enterprise	6
ОК 11.	Товарознавство / Science of Commodities	6
ОК 12.	Маркетинг / Marketing	5
ОК 12.1	КР з маркетингу / Course Paper in Marketing	1
ОК 13.	Бухгалтерський облік / Accounting	6
ОК 14.	Маркетингова товарна політика / Marketing Commodity Policy	6
ОК 15.	Маркетингові комунікації / Marketing Communications	6
ОК 16.	Маркетингова цінова політика / Marketing Price Policy	6
ОК 17.	Маркетингові дослідження / Marketing Research	5
ОК 17.1	КР з маркетингових досліджень / Course Paper in marketing research	1
ОК 18.	Поведінка споживачів / Consumer Behavior	6
ОК 19.	Організація торгівлі / Trade Management	6
ОК 20.	Логістика / Logistics	6
ОК 21.	Реклама / Advertising	6
ОК 22.	Територіальний маркетинг / Territorial marketing	9
ОК 23.	Управління продажами та мерчандайзинг / Sales Management and Merchandising	6
ОК 24.	Модельовання фінансово-господарської діяльності підприємства / Enterprise Business Activity Simulation	6
ОК 25.	Міжнародний маркетинг / International Marketing	9
Всього:		114
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		168

1	2	3
Вибіркові компоненти ОП		
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
ВК 5.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
ВК 6.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
ВК 7.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
ВК 8.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
ВК 9.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
ВК 10.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
Загальний обсяг вибірових компонент:		60
Практична підготовка		
Виробнича практика 1 / Practical Training 1		3
Виробнича практика 2 / Practical Training 2		6
Всього:		9
Атестація		
Атестаційний екзамен / Certification Exam (Finals)		3
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Для усіх компонент освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен

2.2. Структурно-логічна схема ОПП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «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 «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	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12 ОК 12.1	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17 ОК 17.1	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				+	+							+		+	+	+	+	+				+	+						

ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та
адміністрування»
Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма містить в собі всі необхідні структурні та змістові складові, відображає сучасні вимоги до підготовки фахівців у сфері маркетингу і відповідає запитам практичного використання.

Реалізація освітньо-професійної програми «Маркетинг» дозволяє забезпечити досягнення передбачених програмних результатів навчання та набути здобувачами вищої освіти програмних компетентностей зі спеціальності. Програмні компетентності, в свою чергу, включають інтегральну компетентність, загальні та фахові компетентності, необхідні для успішної діяльності фахівця. Послідовність вивчення дисциплін, перелік та обсяг обов'язкових та вибіркових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» і покликані сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам роботодавців. Вимоги до змісту, оновлення, реалізації компетентнісного підходу ОПП створюють умови для усбічного розвитку особистості здобувача.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена проєктною групою працівників кафедри маркетингу та реклами та іншими стейкхолдерами після консультацій із науковцями, потенційними роботодавцями, які підтвердили потребу підготовки фахівців цієї спеціальності.

Освітньо-професійна програма першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр, спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг» відповідає встановленим вимогам та може бути рекомендована до впровадження.

Рецензент
Директор ТОВ ТРК «Регіон-Інформ»
м. Вінниця

15.03. 2022 р.



Юрій МЕЛАНІШЕН

ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та
адміністрування»

Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг»

Якісна підготовка здобувачів вищої освіти у сфері маркетингу в сучасних умовах є важливим завданням сьогодення. Необхідність підготовки кваліфікованих фахівців з питань маркетингу, здатних до творчого мислення та постійного розвитку, стабільного забезпечення і підтримки конкурентоздатності на ринку праці в сучасних умовах господарювання набуває особливого значення та є одним з важливих напрямів підтримки європейського соціального простору.

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» визначені програмні компетентності, виходячи із видів і завдань маркетингової діяльності. Вони розподілені на загальні та фахові компетентності, найбільш відповідні для запропонованої програми. Фахові компетентності носять практичний характер і можуть бути використані у професійній діяльності майбутніх фахівців.

Навчальний план підготовки бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг» повністю відповідає завданням освітньої-професійної програми. Послідовність вивчення освітніх компонент, перелік та обсяг нормативних та вибіркових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» і покликані сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам потенційних роботодавців (стейкхолдерів).

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» складається із п'яти розділів: у першому розділі описано профіль освітньої програми (загальна інформація, мета, характеристика, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, програмні результати навчання, ресурсне забезпечення реалізації програми, академічна мобільність), другий розділ містить перелік компонентів та їх логічну послідовність, третій розділ описує форму атестації здобувачів вищої освіти, четвертий розділ містить матрицю відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми, п'ятий розділ – матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми.

Рецензована освітньо-професійна програма має необхідні структурні та змістовні складові, відповідає стандарту вищої освіти за спеціальністю 075

«Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти і дозволяє досягти визначених стандартом програмних результатів навчання та сформувати необхідні вміння, навички і компетенції фахівців спеціальності 075 «Маркетинг». Таким чином, дана освітньо-професійна програма «Маркетинг» може бути рекомендована до впровадження.

Рецензент

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



Володимир ШЕВЧУК

15.03. 2022 рік