

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ 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 КНТЕУ**  
**(протокол № \_\_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.)**

**Освітня програма вводиться в дію з \_\_\_\_\_ 2021 р.**

**Директор ВТЕІ КНТЕУ**  
\_\_\_\_\_  
**Наталія ЗАМКОВА**  
**(наказ № \_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2021 р.)**

**Вінниця 2021**

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

**Погоджено**

Заступник директора

з навчально-методичної роботи \_\_\_\_\_

(посада)

(підпис)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

Лілія МАРТИНОВА

(ініціали, прізвище)

**Погоджено**

Начальник навчального відділу  
ВТЕІ КНТЕУ

Оксана СЛОБОДИСЬКА

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

**Погоджено**

Начальник навчально-методичного  
відділу ВТЕІ КНТЕУ

Тетяна ШЕВЧУК

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

**Погоджено**

Декан факультету торгівлі, маркетингу  
та сфери обслуговування ВТЕІ КНТЕУ

Сергій ГИРИЧ

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

**Погоджено**

Завідувач кафедри маркетингу  
та реклами ВТЕІ КНТЕУ

Ірина ПОЛІЩУК

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

**Погоджено**

Гарант освітньої програми ВТЕІ КНТЕУ

Ірина ПОЛІЩУК

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

**Погоджено**

Голова РСС факультету торгівлі,  
маркетингу та сфери обслуговування  
ВТЕІ КНТЕУ

Вікторія КОВАЛЕНКО

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

**Погоджено**

Стейкхолдер  
Радник Директора Департаменту  
міжнародного співробітництва та  
регіонального розвитку, м. Вінниця

Володимир ШЕВЧУК

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

**Погоджено**

Стейкхолдер  
Товариства з обмеженою  
відповідальністю «Регіон Інформ»,  
м. Вінниця

Юрій МЕЛАНІШЕН

(підпис)

(ініціали, прізвище)

\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_\_

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Поліщук І.І. – завідувач кафедри маркетингу та реклами, професор, д-р. екон. наук, доцент, керівник групи/ гарант ОС «бакалавр».
2. Бондаренко В.М. – професор кафедри маркетингу та реклами, д-р. екон. наук, професор.
3. Танасійчук А.М. – професор кафедри маркетингу та реклами, д-р. екон. наук, професор.
4. Головчук Ю.О. – доцент кафедри маркетингу та реклами, канд. екон. наук.
5. Пчелянська Г.О. – доцент кафедри маркетингу та реклами, канд. екон. наук, доцент.
6. Шевчук В.Я. – Радник Директора Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку, м. Вінниця.
7. Меланішин Ю.П. – директор ТОВ «Регіон Інформ», м. Вінниця.
8. Шпак В.Д. – здобувач вищої освіти ОС «молодший бакалавр».
9. Шуневич В.А. – здобувач вищої освіти ОС «бакалавр».
10. Кушнірук Д.С. – випускник вищої освіти ОС «магістр».
11. Козуб М.В. – випускник ВТЕІ КНТЕУ ОС «бакалавр» 2020 р.
12. Пушкіна Ю.В. – випускник ВТЕІ КНТЕУ ОС «магістр» 2019 р.

## 1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (ВТЕІ КНТЕУ) Кафедра маркетингу та реклами
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, – на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; – на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»): • 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.
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитована, Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, Україна, 2020
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта, початковий рівень вищої освіти
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська мова
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До 28.01.2025
<b>Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/homepage/publicna-informatsiia/2-uncategorised/2362-proekty-osvitnikh-prohram-shcho-budut-realizovuvatys-v-zakladi-osvity-u-2020-2021-n-r">http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/homepage/publicna-informatsiia/2-uncategorised/2362-proekty-osvitnikh-prohram-shcho-budut-realizovuvatys-v-zakladi-osvity-u-2020-2021-n-r</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка висококваліфікованих фахівців здатних до наукової і практичної діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
<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» Обов'язковий компонент – 70% і вибіркового компонента – 25%, практична підготовка – 4%, атестація – 1%

<b>Орієнтація освітньої програми</b>	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 сформулювати професійні, наукові, аналітичні, організаційні, управлінські компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Спеціальна вища освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, маркетингові комунікації, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингові дослідження, реклама, організація торгівлі, логістика, прями маркетинг, управління продажем та мерчандайзинг, поведінка споживачів, моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства, міжнародний маркетинг
<b>Особливості програми</b>	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, прями маркетинг). Особливістю освітньої програми є направленість вивчення значної кількості освітніх компонент, які спрямовані на забезпечення сфери торгівлі висококваліфікованими та вмотивованими до сучасних знань фахівцями, що зумовлюється унікальністю закладу вищої освіти (ВТЕІ КНТЕУ).
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускники бакалаври спеціальності 075 «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010», зокрема: 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; 3419 – організатор із збуту; 3422 – агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції; 3429 – агенти з комерційних послуг та торговельні брокери. Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.
<b>Подальше навчання</b>	Навчання за програмами другого рівня вищої освіти, НРК України – 7 рівень, EQF-LLL– 7 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 атестаційного екзамену.
<b>Оцінювання</b>	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен. Атестація – атестаційний екзамен.
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>

<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b></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><b>7 – Програмні результати навчання</b></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>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувач вищої освіти, випускники, стейкхолдери.</p> <p>Науково-педагогічний склад, залучений до реалізації освітньої складової освітньої програми є працівниками ВТЕІ КНТЕУ, 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>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ КНТЕУ
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ КНТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників



**9 – Академічна мобільність**

<b>Національна кредитна мобільність</b>	–
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	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.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	–

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

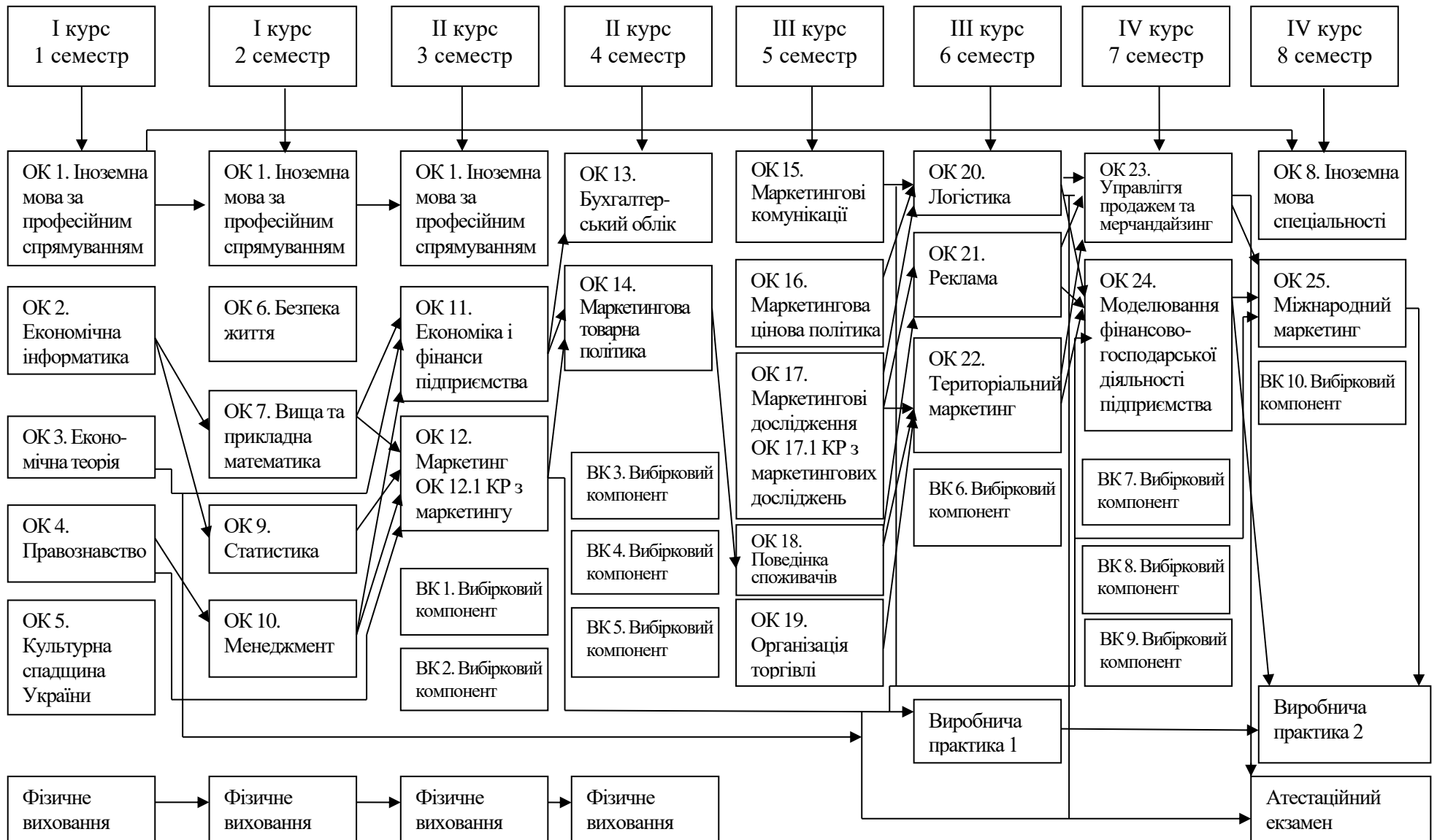
### 2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>		
<b>Цикл загальної підготовки</b>		
ОК 1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням / Foreign Language for Specific Purposes	18
ОК 2.	Економічна інформатика / Economic Information Science	6
ОК 3.	Економічна теорія / Economic Theory	6
ОК 4.	Правознавство / Law	6
ОК 5.	Культурна спадщина України / Cultural Heritage of Ukraine	6
ОК 6.	Безпека життя / Life Safety	6
ОК 7.	Вища та прикладна математика / Advanced and Applied Mathematics	6
ОК 8.	Іноземна мова спеціальності / Foreign Language of Specialization	6
	Фізичне виховання / Physical Education	
<b>Всього:</b>		<b>60</b>
<b>Цикл професійної підготовки</b>		
ОК 9.	Статистика / Statistics	6
ОК 10.	Менеджмент / Management	6
ОК 11.	Економіка і фінанси підприємства / Economics and Finance of the Enterprise	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 продажем та мерчандайзинг / Sales Management and Merchandising	6
ОК 24.	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства / Enterprise Business Activity Simulation	6
ОК 25.	Міжнародний маркетинг / International Marketing	9
<b>Всього:</b>		<b>108</b>
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>168</b>

1	2	3
<b>Вибіркові компоненти ОП</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
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
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>60</b>
<b>Практична підготовка</b>		
Виробнича практика 1 / Practical Training 1		3
Виробнича практика 2 / Practical Training 2		6
<b>Всього:</b>		<b>9</b>
<b>Атестація</b>		
Атестаційний екзамен / Certification Exam (Finals)		3
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>

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.





