


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

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

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ВТЕІ ДТЕУ
(протокол № 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.)

Вінниця 2022

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

Погоджено

Заступник директора
з навчально-методичної роботи
(посада)



(підпис)
16.03.

Лілія МАРТИНОВА
(ім'я, прізвище)

2022р.

Погоджено

Начальник навчального відділу
ВТЕІ ДТЕУ

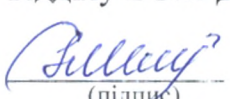

(підпис)
14.03.

Оксана СЛОБОДИСЬКА
(ім'я, прізвище)

2022р.

Погоджено

Начальник навчально-методичного
відділу ВТЕІ ДТЕУ

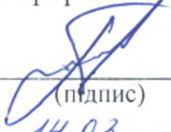

(підпис)
14.03.

Тетяна ШЕВЧУК
(ім'я, прізвище)

2022р.

Погоджено

Декан факультету торгівлі, маркетингу
та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ



(підпис)
14.03.

Сергій ГИРИЧ
(ім'я, прізвище)

2022р.

Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу
та реклами ВТЕІ ДТЕУ



(підпис)
14.03.

Ірина ПОЛІЩУК
(ім'я, прізвище)

2022р.

Погоджено

Гарант освітньої програми ВТЕІ ДТЕУ

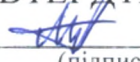

(підпис)
14.03.

Ірина ПОЛІЩУК
(ім'я, прізвище)

2022р.

Погоджено

Голова РСС факультету торгівлі,
маркетингу та сфери обслуговування
ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03.

Єлизавета ЧИЧІРКО
(ім'я, прізвище)

2022р.

Погоджено

Стейкхолдер 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


(підпис)

Володимир ШЕВЧУК
(ім'я, прізвище)

15.03. 2022р.

Погоджено

Стейкхолдер Директор ТРК «Регіон
Інформ», м. Вінниця.


(підпис)

Юрій МЕЛАНІШЕН
(ім'я, прізвище)

2022р.



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. Бондаренко Валерій – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами.
3. Танасійчук Альона – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «молодший бакалавр» ОП «Маркетинг».
4. Громова Ольга – д-р екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Маркетинг».
5. Довгань Юрій – канд. екон. наук, старший викладач кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Логістика».
6. Шевчук Володимир – заступник начальника управління по зв'язках з органами місцевого самоврядування, міжнародної та міжрегіональної співпраці, проектної діяльності та сприяння інвестиціям виконавчого апарату Вінницької обласної Ради, м. Вінниця.
7. Меланишен Юрій – директор ТРК «Регіон Інформ», м. Вінниця.
8. Шуневич Вікторія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «бакалавр», 2021 р., здобувач вищої освіти ОС «магістр».
9. Мельник Юлія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «магістр», 2021 р.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» (за спеціалізацією «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 магістр спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитована. Акредитаційна комісія України. Україна.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Перший рівень вищої освіти «бакалавр»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 2022 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2 - Мета освітньої програми	
Створення цілісної системи забезпечення підготовки фахівців за другим рівнем вищої освіти в сфері маркетингу та набуття знань щодо професійної та практичної підготовки, загальних і фахових компетентностей, які сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці, формуванні соціально-особистісних якостей випускників	
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 – 50,0 %, вибірковий компонент – 26,7 %, практична підготовка – 10%, атестація – 13,3%
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна Програма спрямована на надання знань фахівцям в сфері маркетингу, які спроможні використовувати ці знання, вміння та навички щодо формування та реалізації комплексної програми підвищення конкурентоспроможності підприємств на національному та міжнародному ринках на основі управлінського забезпечення базових функцій маркетингу, організації й планування маркетингової діяльності в умовах невизначеності та ризику

Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, бренд-менеджмент, управління лояльністю споживачів, маркетинговий аналіз, рекламний менеджмент, PR-менеджмент, професійні комунікації
Особливості програми	Програма спрямована на вирішення конкретних практичних прикладів майбутньої діяльності, що дозволяє здобувачам вищої освіти набути необхідних навичок. Врахування специфіки маркетингової діяльності. Практична підготовка на виробничих і торговельних підприємствах та підприємствах сфери послуг
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 Національним класифікатором України «Класифікатор 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 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 для здобуття третього рівня вищої освіти – НПК України 8 рівень, EQF-LLL – 8 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
Оцінювання	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, 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 обгрунтовані 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 обгрунтовувати 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.

	<p>Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>Р 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <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>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 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-КА204-060421 «SEE-ME» («Балтійська співпраця з попередження дострокового припинення навчання»), 10055/2017.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	–

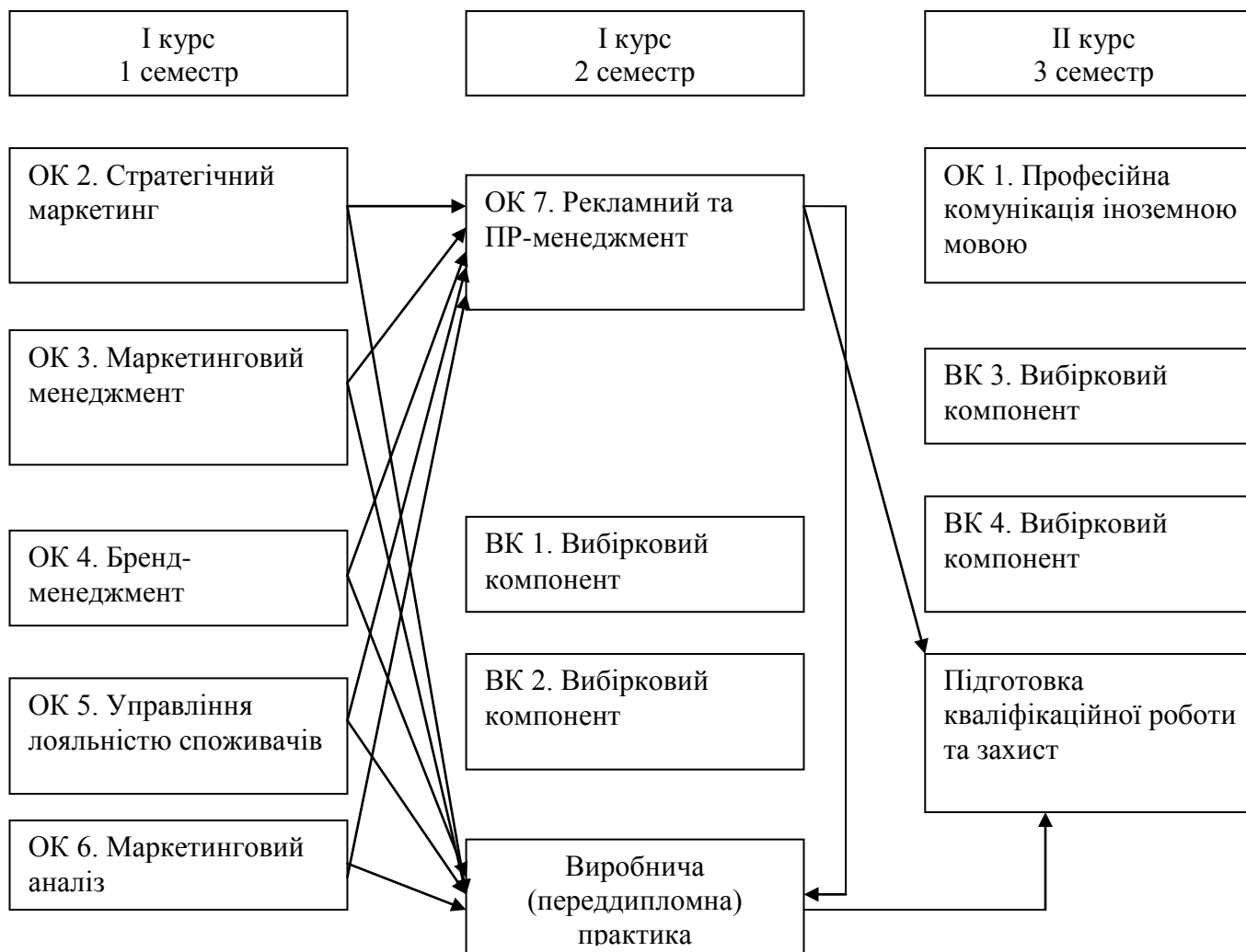
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
Цикл загальної підготовки		
ОК 1.	Професійна комунікація іноземною мовою / Professional Communication in Foreign Language	6
Всього:		6
Цикл професійної підготовки		
ОК 2.	Стратегічний маркетинг / Strategic Marketing	6
ОК 3.	Маркетинговий менеджмент / Marketing Management	6
ОК 4.	Бренд-менеджмент / Brand Management	6
ОК 5.	Управління лояльністю споживачів / Consumer Loyalty Management	6
ОК 6.	Маркетинговий аналіз / Marketing Analysis	6
ОК 7.	Рекламний та ПР-менеджмент / Advertising and PR Management	9
Всього:		39
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		45
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
Загальний обсяг вибірових компонент:		24
Практична підготовка		
Виробнича (переддипломна) практика / Pre-diploma Practical Training		9
Атестація		
Підготовка кваліфікаційної роботи та захист / Writing and Defence of graduation Paper		12
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90

Для усіх компонент освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3 . Форма атестації здобувачів вищої освіти

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

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

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

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

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

Підприємствам доводиться розв'язувати багато складних завдань, щоб одержати максимальний успіх на ринку. Досконале знання потреб споживача та виробництво товарів, що їх задовольняють - єдина можливість досягти цілей, пов'язаних з прибутком, збільшенням обсягу продажу, проникненням на нові ринки. Реалізація принципів маркетингу, переосмислення пріоритетів діяльності підприємств, у свою чергу, вимагає підготовки фахівців, здатних діяти в умовах реалій сучасного бізнесу.

Представлена на рецензування освітньо-професійна програма враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» та стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти. Встановлює обсяг та термін навчання магістрів, а також визначає загальні та спеціальні (фахові) компетентності, програмні результати навчання.

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.

Метою освітньо-професійної програми «Маркетинг» є створення цілісної системи забезпечення підготовки фахівців за другим рівнем вищої освіти в сфері маркетингу та набуття знань щодо професійної та практичної підготовки, загальних і фахових компетентностей, які сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці, формуванні соціально-особистісних якостей випускників.

Представлена на рецензування освітньо-професійна програма орієнтована на вирішення конкретних практичних прикладів майбутньої діяльності, що дозволяє студентам набути необхідних навичок, врахування специфіки маркетингової діяльності та практичну підготовку на виробничих, торговельних та підприємствах сфери послуг.

Окремі складові освітньо-професійної програми націлені на формування

сучасних знань та вмінь щодо здатності розв'язувати складні задачі, вирішувати проблеми в процесі професійної діяльності, що передбачає здатність до аналізу, синтезу явищ і процесів на основі логічних аргументів, перевірених фактів, систематизації маркетингової інформації, прийнятті управлінських маркетингових рішень на підприємствах.

Освітньо-професійна програма передбачає оптимальне поєднання змісту теоретичної та практичної підготовки, що дозволяє майбутнім фахівцям набути необхідних знань та навичок з маркетингу.

Компетентності, визначені в освітньо-професійній програмі, повністю відповідають сучасним вимогам і сприятимуть успішному формуванню магістра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр, спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг» повністю відповідає встановленим вимогам і 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 р.

ВІДГУК

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр
спеціальність «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»**

Вінницькому торговельно-економічному інституту Державного торговельно-економічного університету належить важлива роль у підготовці висококваліфікованих фахівців, які здатні до наукової і практичної діяльності, загальних і фахових компетенцій, які сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці; формування соціально-особистісних якостей випускників, здобуття професійно-орієнтованих знань, вмінь та здатності фахово вирішувати типові професійні завдання у маркетинговій сфері.

Метою рецензованої освітньо-професійної програми «Маркетинг» є створення цілісної системи забезпечення підготовки фахівців за другим рівнем вищої освіти в сфері маркетингу та набуття знань щодо професійної та практичної підготовки, загальних і фахових компетентностей, які сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці, формуванні соціально-особистісних якостей випускників.

Дана 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, педагогічні і науково-дослідні компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати управлінські маркетингові рішення.

Компетентності, визначені в освітньо-професійній програмі, повністю відповідають сучасним вимогам і сприятимуть успішному формуванню високопрофесійного магістра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг», освітньої програми «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» передбачає оптимальне поєднання змісту теоретичної та практичної підготовки, що дозволяє майбутнім фахівцям набути необхідних сучасних знань та навичок у сфері маркетингу.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з професійних комунікацій іноземною мовою, стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, бренд-

менеджменту, управління лояльністю споживачів, маркетингового аналізу та рекламного та PR-менеджменту.

Висновок: освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр, спеціальність «Маркетинг», освітня програма «Маркетинг» повністю відповідає встановленим вимогам і може бути рекомендованою до впровадження.

Рецензент

Директор ТОВ ТРК «Регіон-Інформ»

м. Вінниця



Юрій МЕЛАНІШЕН

15.03.2022 р.