

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

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ / MARKETING»
Початкового рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: ступінь вищої освіти молодший 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 № 01 від 31. 03. 2022 р.)

Вінниця 2022

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Погоджено

Заступник директора
з навчально-методичної роботи
(посада)

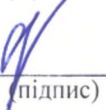

(підпис)
16.03.

Лілія МАРТИНОВА
(ім'я, прізвище)

2022р.

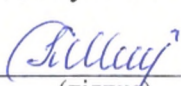
Погоджено

Начальник навчального відділу
ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. Оксана СЛОБОДИСЬКА
(ім'я, прізвище)
2022р.

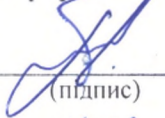
Погоджено

Начальник навчально-методичного
відділу ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. Тетяна ШЕВЧУК
(ім'я, прізвище)
2022р.

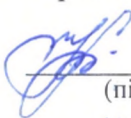
Погоджено

Декан факультету торгівлі, маркетингу
та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. Сергій ГИРИЧ
(ім'я, прізвище)
2022р.

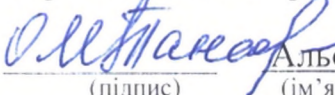
Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу
та реклами ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. Ірина ПОЛЩУК
(ім'я, прізвище)
2022р.

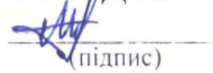
Погоджено

Гарант освітньої програми ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
14.03. Альона ТАНАСІЙЧУК
(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, проектної
діяльності та сприяння інвестиціям
виконавчого апарату Вінницької
обласної Ради, м. Вінниця


(підпис)
15.03. Володимир ШЕВЧУК
(ім'я, прізвище)
2022р.

Погоджено

Стейкхолдер Директор ГРК «Регіон
Інформ» м. Вінниця.


(підпис)
15.03. Юрій МЕЛАНІШЕН
(ім'я, прізвище)
2022р.



ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Танасійчук Альона – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «молодший бакалавр» ОП «Маркетинг».
2. Поліщук Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «магістр» ОП «Маркетинг».
3. Головчук Юлія – канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами.
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. Олійник Марина – здобувач вищої освіти ОС «бакалавр».
9. Богуславська Вікторія – здобувач вищої освіти ОС «молодший бакалавр».
10. Гончарук Марина – здобувач вищої освіти ОС «молодший бакалавр».
11. Шпак Валерія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «молодший бакалавр», 2021р., здобувач вищої освіти ОС «бакалавр».

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «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 молодший бакалавр спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	Акредитована, Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, Україна, 2021
Цикл/рівень	НРК України – 5 рівень, FQ-EHEA – короткий цикл, EQF-LLL – 5 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта, сертифікат зовнішнього незалежного оцінювання
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До 01.07.2026
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців здатних до 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'язкові компоненти – 67,5%, вибіркові компоненти – 25,0%, практика – 5,0%, атестація – 2,5%
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, передбачає здобуття особою загальнокультурної та професійно орієнтованої підготовки, спеціальних умінь і знань, а також певного досвіду їх практичного застосування з метою виконання типових завдань, що передбачені для первинних посад у відповідній галузі

Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища професійна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, менеджмент, економіка і фінанси підприємства, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингові комунікації, управління продажем та мерчандайзинг
Особливості програми	Унікальність освітньої програми полягає у забезпеченні підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації маркетингової діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з маркетингу стосовно сучасних процесів розвитку бізнес-діяльності. Орієнтована на фахову професійну підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації, враховуючи умови та виклики сучасності, за рахунок вивчення спеціалізованих маркетингових дисциплін, які формують новітні та найбільш затребувані навички для бізнес-діяльності. Особливістю освітньої програми є направленість вивчення значної кількості освітніх компонент, які спрямовані на вивчення процесу прогнозування та оцінки ефективності показників маркетингової діяльності, застосування комп'ютерних програмних продуктів, що використовуються в маркетинговій діяльності.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники молодші 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.
Подальше навчання	Навчання за НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL– 6 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, студентоцентроване 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)	<i>Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів та характеризується певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності та діяльності інших осіб у певних ситуаціях.</i>
Загальні компетентності (ЗК)	<p><i>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки, усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</i></p> <p><i>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</i></p> <p><i>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</i></p> <p><i>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</i></p> <p><i>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</i></p> <p><i>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</i></p> <p><i>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</i></p> <p><i>ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</i></p> <p><i>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</i></p> <p><i>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</i></p> <p><i>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</i></p> <p><i>ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</i></p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	<p><i>СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання з маркетингу.</i></p> <p><i>СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області маркетингу.</i></p> <p><i>СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</i></p> <p><i>СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту комплексу маркетингу і зв'язку між її складовими.</i></p> <p><i>СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</i></p> <p><i>СК 6. Здатність досліджувати ринки товарів, послуг та здійснювати вибір найбільш вигідних ринків у відповідності з ресурсами і можливостями підприємства.</i></p> <p><i>СК 7. Здатність визначати вплив функцій маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</i></p> <p><i>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності підприємства.</i></p>

	<p><i>СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень.</i></p> <p><i>СК 10. Здатність визначати особливості функціонування ринків.</i></p> <p><i>СК 11. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</i></p> <p><i>СК 12. Здатність планувати та організовувати діяльність з отримання інформації про стан і перспективи розвитку попиту і пропозиції.</i></p> <p><i>СК 13. Здатність до вдосконалення функцій маркетингу на підприємстві.</i></p> <p><i>СК 14. Здатність розробляти рекомендації з ефективного використання потенціалу підприємства в ринкових умовах та забезпечення його конкурентоспроможності.</i></p> <p><i>СК 15. Здатність здійснювати моделювання поведінки споживачів, сегментування ринків та організовувати комплексні маркетингові ринкові дослідження.</i></p>
--	---

7 – Програмні результати навчання

	<p><i>Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ маркетингової діяльності підприємства.</i></p> <p><i>Р 2. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань з маркетингу та прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності підприємства.</i></p> <p><i>Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</i></p> <p><i>Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</i></p> <p><i>Р 5. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління.</i></p> <p><i>Р 6. Використовувати цифрові програмні продукти необхідні для провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</i></p> <p><i>Р 7. Застосовувати засвоєні нові знання, прогресивні технології та різноманітні інновації до провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i></p> <p><i>Р 8. Розробляти альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень і доводити їх для виконання фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</i></p> <p><i>Р 9. Реалізація загальних функцій маркетингу на підприємстві;</i></p> <p><i>Р 10. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</i></p> <p><i>Р 11. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</i></p> <p><i>Р 12. 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.</i></p> <p><i>Р 13. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</i></p>
--	---

	<p><i>P 14. Демонструвати знання іноземної мови на рівні професійного і побутового спілкування.</i></p> <p><i>P 15. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</i></p> <p><i>P 16. Демонструвати вміння прийняття оперативних рішень в межах своєї компетенції; функціональній та інформаційній підготовці проєктів рішень.</i></p> <p><i>P 17. Демонструвати навички керівництва підлеглими, компетенція яких не вища за молодших бакалаврів.</i></p> <p><i>P 18. Демонструвати вміння критично оцінювати і прогнозувати політичні, економічні, екологічні, культурні та інші події і явища на підставі відповідного обсягу знань.</i></p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, випускник, 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 проєктами 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	–

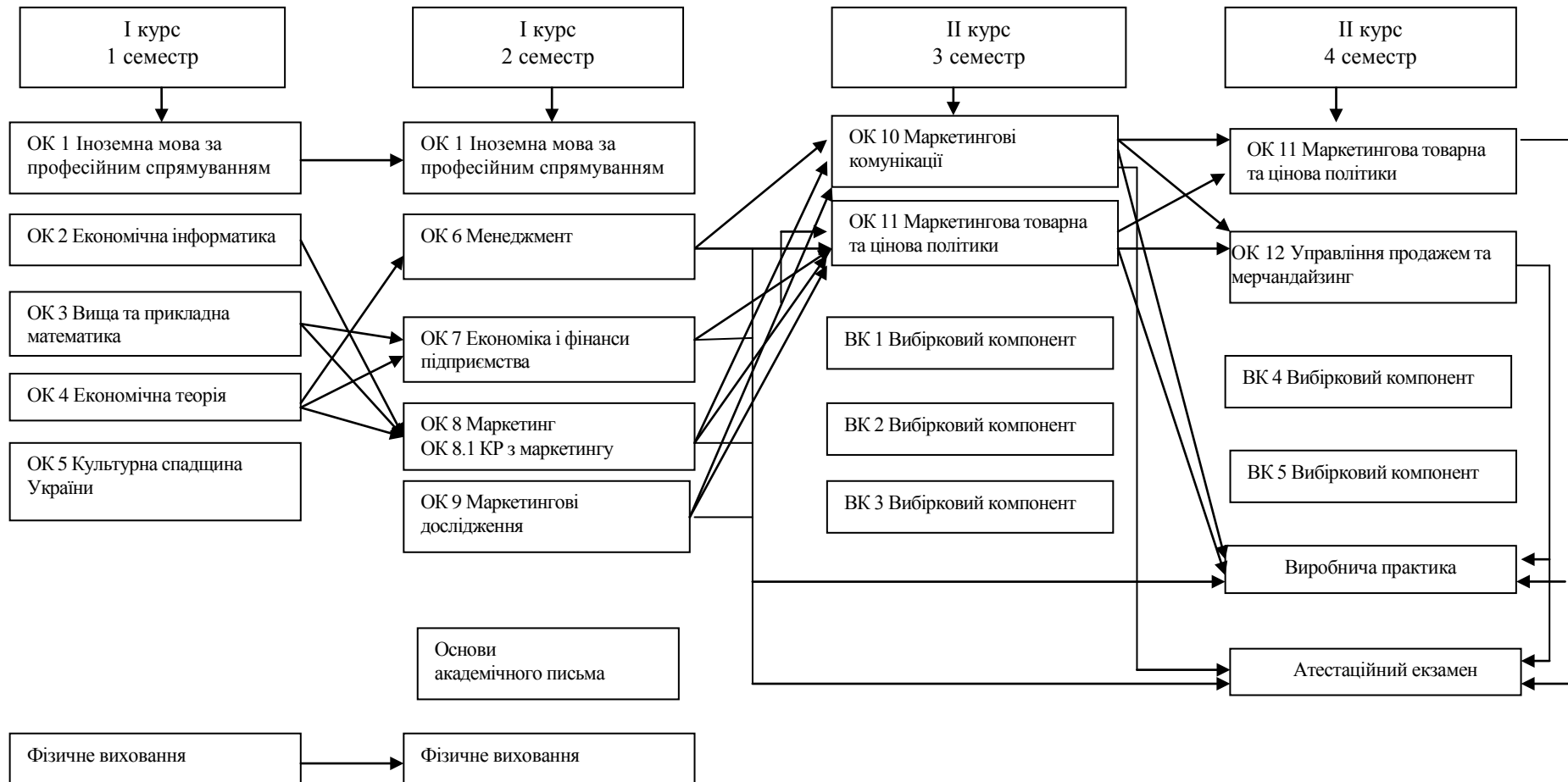
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсова 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	12
ОК 2.	Економічна інформатика / Economic Information Scienc	6
ОК 3.	Вища та прикладна математика / Advanced and Applied Mathematics	6
ОК 4.	Економічна теорія / Economic Theory	6
ОК 5.	Культурна спадщина України / Cultural Heritage of Ukraine	6
	Фізичне виховання / Physical Education	
	Основи академічного письма / Basics of Academic Writing	
Всього:		36
Цикл професійної підготовки		
ОК 6.	Менеджмент / Management	6
ОК 7.	Економіка і фінанси підприємства / Economics and Finance of the Enterprise	6
ОК 8.	Маркетинг / Marketing	6
ОК 8.1.	КР з маркетингу / Course Paper in Marketing	
ОК 9.	Маркетингові дослідження / Marketing Research	6
ОК 10.	Маркетингові комунікації / Marketing Communications	6
ОК 11.	Маркетингова товарна та цінова політики / Marketing Commodity and Price Policy	9
ОК 12.	Управління продажем та мерчандайзинг / Sales Management and Merchandising	6
Всього:		45
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		81
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
Загальний обсяг вибірових компонент:		30
Практична підготовка		
Виробнича практика / Practical Training		6
Атестація		
Атестаційний екзамен / Certification Exam (Finals)		3
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		120

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 спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня молодшого бакалавра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти молодший бакалавр спеціальність «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8 ОК 8.1	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	Виробнича практика	Атестаційний екзамен
Інтегральна компетентність	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1			+		+			+						+
ЗК 2			+		+									
ЗК 3		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 4		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 5		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 6						+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 7		+		+			+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 8							+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 9		+						+	+	+	+	+	+	+
ЗК 10	+													
ЗК 11		+				+		+	+	+	+	+	+	+
ЗК 12			+		+	+		+			+	+	+	+
СК 1								+	+	+	+	+	+	+
СК 2								+	+	+	+	+	+	+
СК 3								+	+	+	+	+	+	+
СК 4								+	+	+	+	+	+	+
СК 5								+	+	+	+	+	+	+
СК 6						+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК 7						+		+	+	+	+	+	+	+
СК 8							+	+	+	+	+	+	+	+
СК 9				+		+		+	+	+	+	+	+	+
СК 10				+				+	+	+	+	+	+	+
СК 11		+						+	+	+	+	+	+	+
СК 12							+	+	+	+	+	+	+	+
СК 13						+		+	+	+	+	+	+	+
СК 14						+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК 15						+		+	+	+	+	+	+	+

**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 8.1	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	Виробнича практика	Атестаційний екзамен
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					+	+		+	+	+	+	+	+	+
Р 16						+	+	+	+	+	+	+	+	+
Р 17						+		+	+	+	+	+	+	+
Р 18			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+

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

Сучасна реальність передбачає побудову взаємовигідних довгострокових відносин між зацікавленими сторонами: замовниками, постачальниками, оптовими та роздрібними торговцями. Враховуючи інформаційну роль маркетингу в роботі підприємства, процес розробки та реалізації комплексної маркетингової стратегії, організацію роботи у сфері позиціонування компанії, участь у формуванні товарної та цінової політики підприємства, проведення маркетингових досліджень, організацію маркетингової політики розподілу, планування маркетингових заходів, можемо зробити висновки про те, що маркетинг виконує інтегруючу функцію в роботі вітчизняного підприємства.

Тому, завданням закладу вищої освіти є розробка освітньо-професійної програми «Маркетинг», яка забезпечить підготовку фахівців маркетологів, що здатні підвищувати свій професійний рівень відповідно до вимог ринку.

Сучасні процеси в системі національної освіти направлені на формування нових, конкурентоспроможних вимог до професійних компетентностей маркетологів. Реалізація підходу, орієнтованого на компетентності здобувачів вищої освіти освітньої програми «Маркетинг», визначає необхідність розробки та вдосконалення навчальних програм освітніх компонент згідно з установленими стандартами вищої освіти. Проте, існує актуальна потреба в розробці моделі професійної підготовки фахівців-маркетологів початкового рівня вищої освіти на основі компетентнісного підходу, який передбачає формування у здобувачів вищої освіти навичок аналізу економічних і соціальних ситуацій, стратегічного мислення, виховання професійної мобільності тощо.

Мета освітньої програми «Маркетинг» для здобувачів початкового рівня вищої освіти полягає у підготовці кваліфікованих фахівців нової формації у сфері маркетингу, які спроможні виявляти, формулювати та вирішувати комплексні завдання у сфері маркетингової діяльності, володіють компетентностями та навичками, достатніми для вирішення типових завдань, що передбачені для первинних посад у даній галузі.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» направлена на поглиблення знань в сфері маркетингу, всі освітні компоненти освітньої програми «Маркетинг» забезпечують формування вмінь, які дозволяють здійснювати маркетингові дослідження, формувати маркетингову товарну та цінову політику підприємства, успішно розвивати власну справу, прогнозувати та

оцінювати ефективність показників маркетингової діяльності, застосовувати сучасні програмні продукти, що використовуються в маркетинговій діяльності.

Унікальність освітньої програми полягає у забезпеченні підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації маркетингової діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з маркетингу стосовно сучасних процесів розвитку бізнес-діяльності.

Особливістю освітньої програми є вивчення освітніх компонент, які спрямовані на організацію процесу прогнозування та оцінки ефективності показників маркетингової діяльності, застосування комп'ютерних програмних продуктів, що використовуються в маркетинговій діяльності.

Компетенції та результати навчання, визначені в освітньо-професійній програмі відповідають сучасним вимогам і сприяють успішному формуванню фахівців спеціальності 075 «Маркетинг», ступеня «молодший бакалавр».

Таким чином, освітньо-професійна програма початкового рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікація: ступінь вищої освіти «молодший бакалавр», спеціальність «Маркетинг» відповідає встановленим вимогам і може бути рекомендована до впровадження.

Рецензент:

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



Володимир ШЕВЧУК

15.03. 2022 р.

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

Формування ринкових відносин у вітчизняній економіці, потужні процеси інтеграції України у європейське й світове співтовариство зумовлюють стрімке зростання як попиту на фахівців-маркетологів, так і вимог до їх професійної кваліфікації. Тому, важливим стратегічним завданням закладу вищої освіти є розробка освітньо-професійної програми «Маркетинг», яка забезпечить підготовку фахівців, що здатні швидко реагувати на зміни тенденцій ринку, підвищувати свій професійний рівень відповідно до вимог ринку, підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції та послуг.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спрямована на формування та розвиток загальних і фахових компетентностей з маркетингу, що направлені на здобуття здобувачем вищої освіти знань, умінь і навичок направлених на ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємств у ринкових умовах.

Мета освітньої програми «Маркетинг» полягає у підготовці кваліфікованих фахівців нової формації у сфері маркетингу, які спроможні виявляти, формулювати та вирішувати комплексні завдання у сфері маркетингової діяльності, володіють компетентностями та навичками, достатніми для вирішення типових завдань, що передбачені для первинних посад у даній галузі.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» направлена на поглиблення знань щодо процесу маркетингових досліджень, формування маркетингової товарної та цінової політики націлених на успішну кар'єру у сфері маркетингу. Значна частина освітніх компонент освітньої програми «Маркетинг» формує вміння, які дозволяють відкривати, успішно вести та розвивати власну справу, прогнозувати та оцінювати ефективність показників маркетингової діяльності, застосовувати сучасні програмні продукти, що використовуються в маркетинговій діяльності.

Унікальність освітньої програми полягає у забезпеченні підвищення рівня знань та навичок з ефективною реалізації маркетингової діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з маркетингу стосовно сучасних процесів розвитку бізнес-діяльності.

Освітньо-професійна програма, що рецензується орієнтована на фахову професійну підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації, враховуючи умови та виклики сучасності, за рахунок вивчення спеціалізованих маркетингових дисциплін, які формують новітні та найбільш затребувані навички для бізнес-діяльності.

Особливістю освітньої програми є вивчення освітніх компонент, які спрямовані на організацію процесу прогнозування та оцінки ефективності показників маркетингової діяльності, застосування комп'ютерних програмних продуктів, що використовуються в маркетинговій діяльності.

Компетенції та результати навчання, визначені в освітньо-професійній програмі відповідають сучасним вимогам і сприяють успішному формуванню молодшого бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг».

Таким чином, освітньо-професійна програма початкового рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікація: ступінь вищої освіти «молодший бакалавр», спеціальність «Маркетинг» відповідає встановленим вимогам і може бути рекомендована до впровадження.

Рецензент:

Директор ТОВ ТРК «Регіон-Інформ»

м. Вінниця

15.03. 2022 р.



Юрій МЕЛАНІШЕН