

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

ПРОЄКТ

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 № ____ від _____ 2024 р.)

Освітня програма вводиться в дію з _____ 2024 р.

Директор ВТЕІ ДТЕУ

Наталія ЗАМКОВА
(наказ № ____ від _____ 2024 р.)

Вінниця 2024

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. Поліщук Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами, керівник групи / гарант ОС «магістр» ОП «Маркетинг».
3. Танасійчук Альона – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю».
4. Довгань Юрій – канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Логістика».

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 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»): • 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.
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
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» Відсоток обов'язкових компонент – 75%, з них: <ul style="list-style-type: none">- цикл загальної підготовки – 22,5%;- цикл професійної підготовки – 47,5%;- практичної підготовки – 3,75%;- атестації – 1,25%. Відсоток вибіркового компонент – 25%, <ul style="list-style-type: none">- цикл загальної підготовки – 5%;- цикл професійної підготовки – 20%.
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 сформулювати 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, маркетингові комунікації, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингові дослідження, реклама, організація торгівлі, логістика, прямий маркетинг, управління продажем та мерчандайзинг, поведінка споживачів, 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, прямий 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 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 – рекламіст 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 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;
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)	<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>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 ефективною маркетинговою 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</p>

	<p>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, 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 освітніх компонентів залучаються особи, що мають значний досвід практичної роботи.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ ДТЕУ</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Використання Системи управління навчанням Moodle ВТЕІ ДТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників</p>

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	–
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачена в рамках договорів про співпрацю: - з Академією туризму та готельного менеджменту (Гданськ, Польща) №32 від 16.11.2022 р. - з Університетом імені Яна Кохановського (Кельце, Польща) №28 від 19.10.2022 р.
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, курсові роботи, практики)	Кількість кредитів
1	2	3
1. Обов'язкові компоненти ОП		
1.1. Цикл загальної підготовки		
ОК 1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням / Foreign Language for Specific Purposes	18
ОК 2.	Нові медіа та комп'ютерні технології / New Media and Computer Technologies	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 for Professional Purposes	6
	Фізичне виховання / Physical Education	
	Основи академічного письма / Basics of Academic Writing	
Всього за циклом 1.1		54
1.2. 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 Communication	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.	SMM / Social Media Marketing	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.	Моделювання маркетингової діяльності підприємства / Modeling of Marketing Activity of the Enterprise	6
ОК 25.	Міжнародний маркетинг / International Marketing	9
Всього за циклом 1.2		114

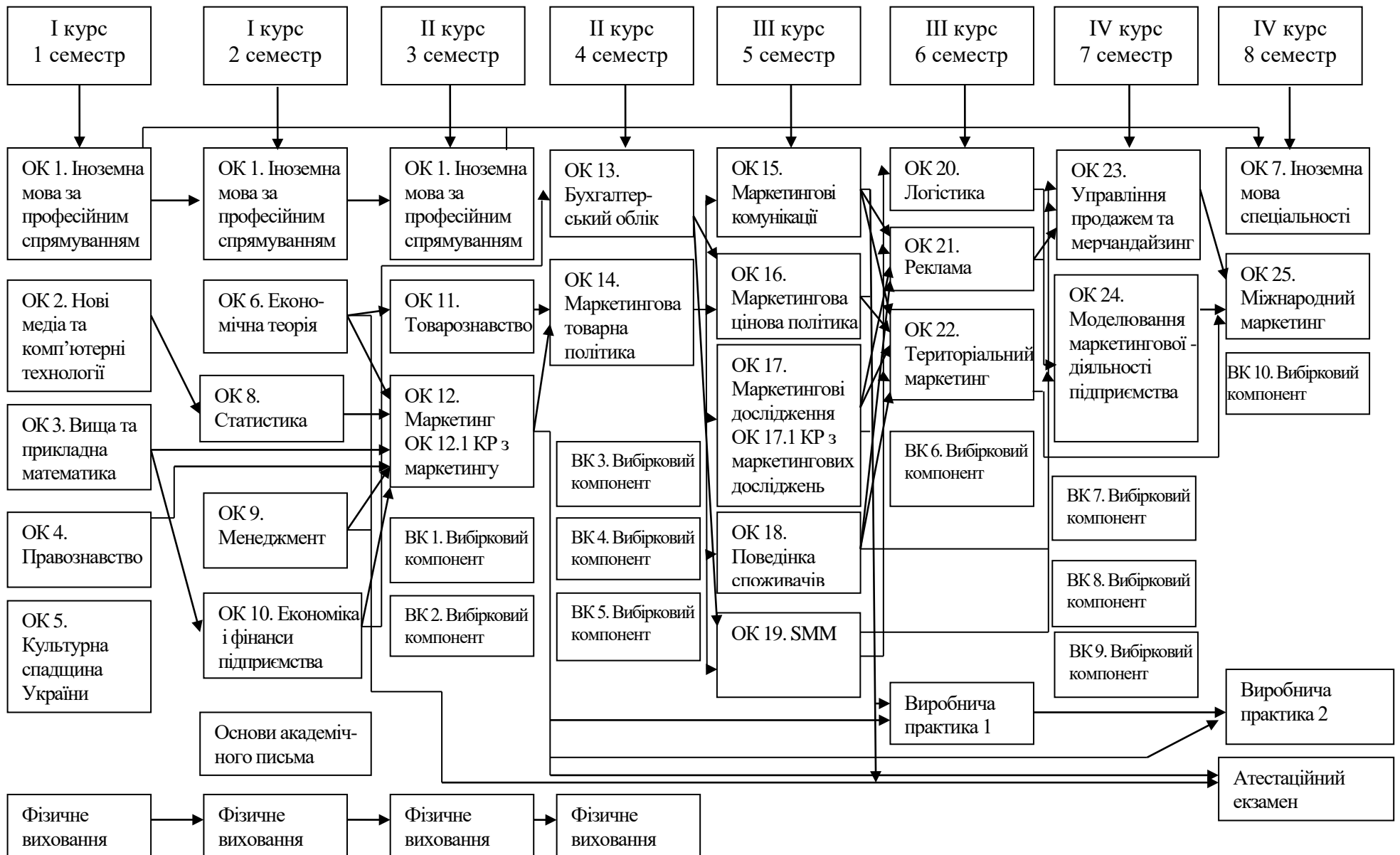
1.3. Практична підготовка		
Виробнича практика 1 / Practical Training 1		3
Виробнича практика 2 / Practical Training 2		6
Всього практичної підготовки		9
1.4. Атестація		
Атестаційний екзамен / Certification Exam		3
2. Вибіркові компоненти ОП		
2.1. Цикл загальної підготовки		
ВК 1.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
ВК 2.	Вибірковий компонент / Optional Subject	6
Всього за циклом 2.1		12
2.2. Цикл професійної підготовки		
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
Всього за циклом 2.2		48
Загальний обсяг вибірових компонент		60
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Примітка: Загальне число кредитів на семестр повинно становити 30

* Позакредитний компонент

** Вибірковий компонент передбачає планування часу 4 години на тиждень та розподіл аудиторного навантаження відповідно до його специфіки

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.

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 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 есеймен	
<i>Інтегральна компетентність</i>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК 1				+	+																	+							
ЗК 2		+	+	+	+				+			+		+						+			+	+			+		
ЗК 3		+	+	+		+		+	+				+	+		+				+		+							
ЗК 4	+	+	+				+	+		+			+			+								+	+	+			
ЗК 5										+					+									+				+	
ЗК 6			+			+		+	+	+	+						+	+		+					+				
ЗК 7	+						+	+			+	+	+	+		+	+	+	+	+						+		+	+
ЗК 8		+	+			+		+		+	+			+	+		+					+						+	+
ЗК 9	+	+	+				+	+	+			+		+	+		+			+	+	+	+	+	+		+	+	+
ЗК 10	+						+																					+	+
ЗК 11												+			+		+	+			+	+	+		+	+	+	+	+
ЗК 12	+					+	+			+		+	+			+	+	+			+	+	+			+	+	+	+
ЗК 13	+						+																						+
ЗК 14				+	+				+			+		+			+				+		+	+					+
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										+				+						+		+			+	+			+

**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				+	+							+		+			+	+			+	+	+	+					