

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

ПРОЄКТ

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 № _____ 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. Поліщук Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «магістр» ОП «Маркетинг».
2. Громова Ольга – д-р екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» 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» (за освітньою програмою «Маркетинг»)

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Вінницький торговельно-економічний інститут Державний торговельно-економічний університет (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	Освітні ступені «бакалавр», «магістр», освітньо-кваліфікаційний рівень «спеціаліст»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Акредитовано, Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, до 01.07.2029
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2 - Мета освітньої програми	
Забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців в сфері маркетингу, здатних розв'язувати складні задачі та вирішувати практичні проблеми у професійній діяльності та у процесі навчання із застосуванням креативного мислення, проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах та за допомогою технологій діджитал-комунікацій, враховуючи умови невизначеності та сучасні виклики маркетингового середовища.	
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 ОП – 73,3%, з них: – цикл загальної підготовки – 6,7%; – цикл професійної підготовки – 43,3%; – практичної підготовки – 10%; – атестації – 13,3%. Відсоток вибірових компонент – 26,7 %: – цикл професійної підготовки – 26,7%.

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців в сфері маркетингу, які спроможні використовувати отримані знання, вміння та навички щодо формування та реалізації комплексної маркетингової стратегії розвитку підприємств та організацій на основі управлінського забезпечення функцій маркетингу, управління маркетинговою діяльністю на інноваційних засадах, використовуючи технології діджитал-комунікацій, в тому числі в умовах невизначеності
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища спеціальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» Ключові слова: стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, бренд-менеджмент, діджитал-комунікації, управління лояльністю споживачів, маркетинговий аналіз, рекламний менеджмент, PR-менеджмент, професійні комунікації іноземною мовою
Особливості програми	Програма спрямована на якісну підготовку сучасних маркетологів, компетентних для вирішення складних задач і проблем в сфері маркетингу під час здійснення професійної діяльності та у процесі навчання, що передбачають проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах та за допомогою технологій діджитал-комунікацій. Адже програмні результати навчання ґрунтуються на сучасних освітніх компонентах циклу загальної та професійної підготовки, зміст яких відповідає тенденціям розвитку ринків праці, а також задовольняє потреби стейкхолдерів.
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, міні-групи, підготовка проєктів, 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 обґрунтовані 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 проєкти 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

- P 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- P 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- P 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- P 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- P 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.
- P 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.
- P 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- P 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- P 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- P 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- P 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- P 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
- P 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- P 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- P 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, випускники, стейкхолдери.

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.

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 компонент залучаються особи, що мають значний досвід практичної роботи.

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 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	–

1. 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
1. Обов'язкові компоненти ОП		
1.1. Цикл загальної підготовки		
ОК 1.	Професійна комунікація іноземною мовою / Professional Communication in Foreign Language	6
Всього за циклом 1.1		6
1.2. Цикл професійної підготовки		
ОК 2.	Стратегічний маркетинг / Strategic Marketing	6
ОК 3.	Маркетинговий менеджмент / Marketing Management	6
ОК 4.	Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації / Brand Management and Digital Communications	6
ОК 5.	Маркетинговий аналіз / Marketing Analysis	6
ОК 6.	Рекламний та ПР-менеджмент / Advertising and PR Management	6
ОК 7.	Самомаркетинг / Self Marketing	3
ОК 8.	Управління лояльністю споживачів / Consumer Loyalty Management	6
Всього за циклом 1.2		39
1.3. Практична підготовка		
Виробнича (переддипломна) практика / Pre-diploma Practical Training		9
Всього практична підготовка		9
1.4. Атестація		
Підготовка кваліфікаційної роботи та захист / Writing and Defence of graduation Paper		12
Всього атестація		12
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66
2. Вибіркові компоненти ОП		
2.1. Цикл загальної підготовки		
Всього за циклом 2.1		
2.2. Цикл професійної підготовки		
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
Всього за циклом 2.2		24
Загальний обсяг вибірових компонент		24
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90

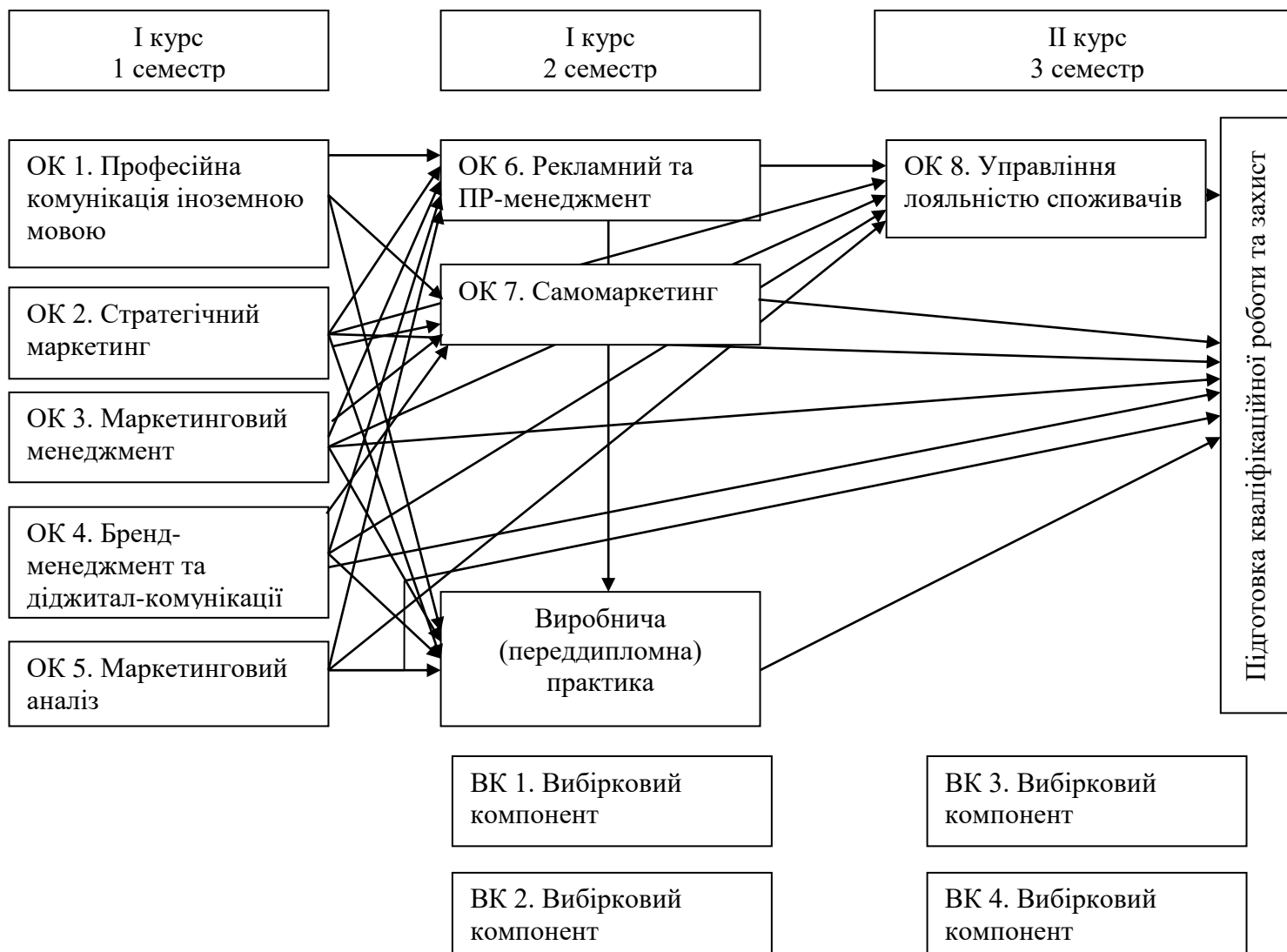
Для усіх компонент освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен

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 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.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	Виробнича (переддипломна) практика	Кваліфікаційна робота
Інтегральна компетентність	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1		+	+	+	+			+		+
ЗК 2				+		+	+	+		+
ЗК 3			+		+					+
ЗК 4	+		+				+		+	
ЗК 5	+					+	+		+	
ЗК 6	+	+	+		+			+		+
ЗК 7			+	+			+	+		
ЗК 8		+	+			+		+		+
СК 1		+	+	+	+			+		+
СК 2		+	+	+			+	+	+	+
СК 3					+				+	+
СК 4						+	+	+		+
СК 5		+	+		+	+				+
СК 6			+	+		+				+
СК 7		+	+	+	+	+				+
СК 8			+	+	+	+		+	+	+
СК 9								+	+	+

**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.	Виробнича (передипломна) практика	Кваліфікаційна робота
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	+				+	+		+	+	+