

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 № 3 від «01» 03 2021 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09 2021 р.



Директор ВТЕІ КНТЕУ
Наталія ЗАМКОВА

(наказ № 67 від 29.03 2021 р.)

Вінниця 2021

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Погоджено

Заступник директора
з навчально-методичної роботи
(посада)

25.02 20 21

(підпис)

Лілія МАРТИНОВА
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Начальник навчального відділу
ВТЕІ КНТЕУ

Оксана СЛОБОДИСЬКА
(ініціали, прізвище)
25.02 20 21

(підпис)

Погоджено

Начальник навчально-методичного
відділу ВТЕІ КНТЕУ

Тетяна ШЕВЧУК
(ініціали, прізвище)
25.02 20 21

(підпис)

Погоджено

Декан факультету торгівлі, маркетингу
та сфери обслуговування ВТЕІ КНТЕУ

Сергій ГИРИЧ
(ініціали, прізвище)
25.02 20 21

(підпис)

Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу
та реклами ВТЕІ КНТЕУ

Грина ПОЛЩУК
(ініціали, прізвище)
25.02 20 21

(підпис)

Погоджено

Гарант освітньої програми ВТЕІ КНТЕУ

Ірина ПОЛЩУК
(ініціали, прізвище)
25.02 20 21

(підпис)

Погоджено

Голова РСС факультету торгівлі,
маркетингу та сфери обслуговування
ВТЕІ КНТЕУ

Вікторія КОВАЛЕНКО
(ініціали, прізвище)
25.02 20 21

(підпис)

Погоджено

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

Володимир ШЕВЧУК
(ініціали, прізвище)
22.02 20 21

(підпис)

Погоджено

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

Юрій МЕЛАНІШЕН
(ініціали, прізвище)
23.02 20 21

(підпис)

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»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету (ВТЕІ КНТЕУ) 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	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
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» Обов'язковий компонент – 70% і вибіркового компонента – 25%, практична підготовка – 4%, атестація – 1%

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 сформувати 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 ефективної реалізації 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 (VTEI KNTU).
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: 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 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 екзамєну.
Оцінювання	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамєн. Атестація – атестаційний екзамєн.
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)	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. 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. ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 11. Здатність працювати в команді. ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
	Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. 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. Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію

	Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. 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. Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. 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. Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувач вищої освіти, випускники, стейкхолдери. 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. 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.
Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ КНТЕУ
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ КНТЕУ 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-KA204-060421 «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

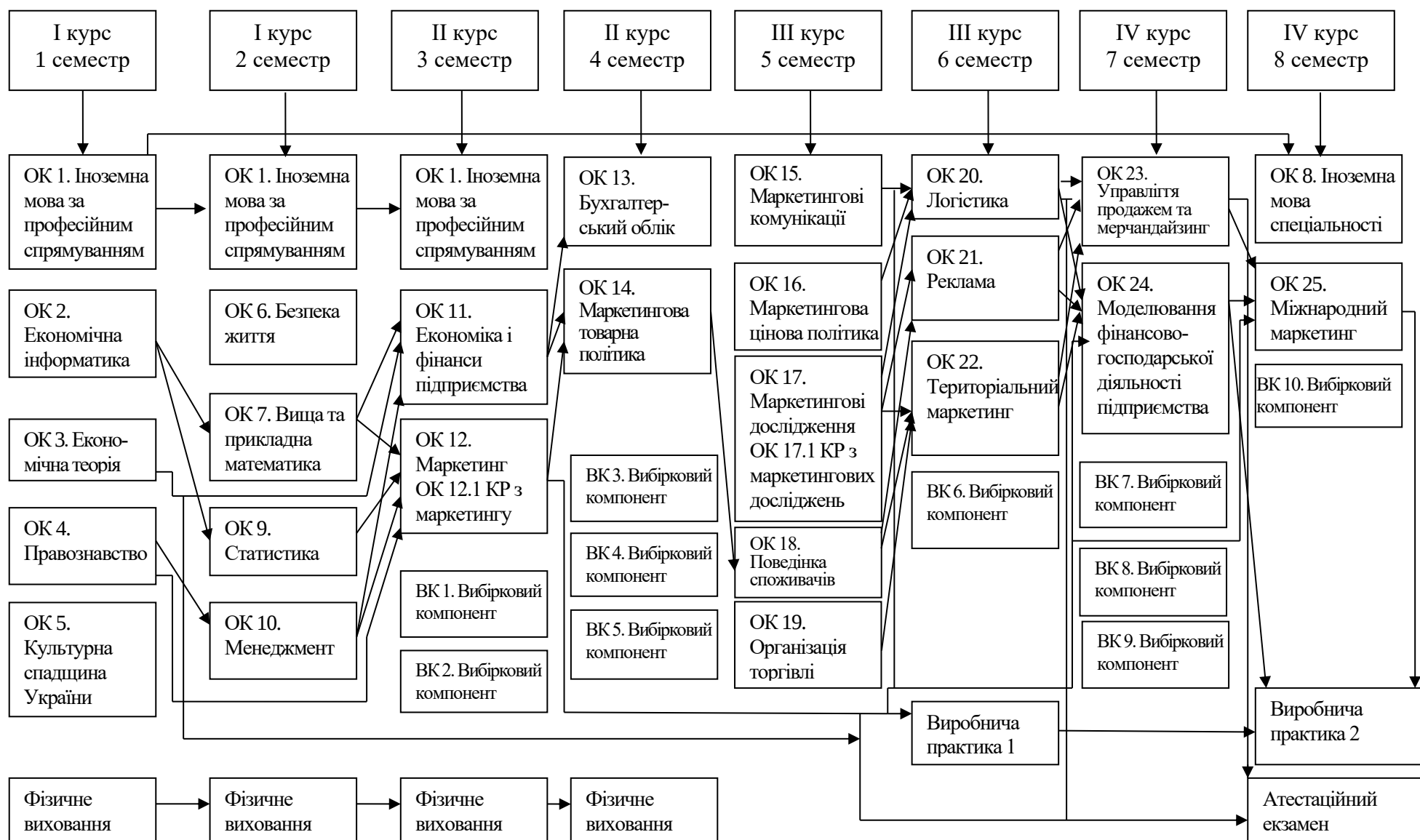
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
Цикл загальної підготовки		
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	
Всього:		60
Цикл професійної підготовки		
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
Всього:		108
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		168

1	2	3
	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
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
Загальний обсяг вибірових компонент:		60
	Практична підготовка	
	Виробнича практика 1 / Practical Training 1	3
	Виробнича практика 2 / Practical Training 2	6
Всього:		9
	Атестація	
	Атестаційний екзамєн / Certification Exam (Finals)	3
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Для усіх компонент освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамєн

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.

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

[illegible]

Аркуш реєстрації змін

[illegible]

ВІДГУК

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

Розвиток вищої освіти в Україні передбачає розробку новітніх освітніх програм, які б органічно поєднували набуття теоретичних знань з певним досвідом практичних навичок і інтегральних компетентностей, інтегрували б найбільш ефективні форми традиційного викладання з новітніми інтерактивними методами засвоєння інформації.

Освітньо-професійної програма «Маркетинг» 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.

Мета освітньо-професійної програми (ОПП) «Маркетинг» – підготовка висококваліфікованих фахівців здатних до наукової і практичної діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Програма забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації маркетингової діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатoproфільної підготовки фахівців з маркетингу стосовно сучасних процесів розвитку бізнес-діяльності.

Представлена на рецензування ОПП 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.

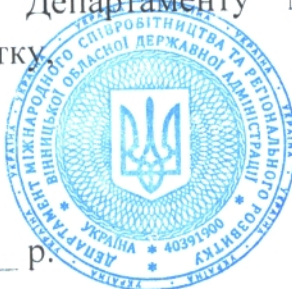
ОПП передбачає оптимальне поєднання змісту теоретичної та практичної підготовки, що дозволяє майбутнім фахівцям набутти необхідних знань та навичок з маркетингу.

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

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

Рецензент:

Радник Директора Департаменту міжнародного співробітництва та регіонального розвитку
м. Вінниця



Шевчук В.Я.

22.02 20 21 р.

ВІДГУК

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

В сучасних умовах маркетинг необхідно розглядати як теорію і практику управління виробництвом і збутом товарів, послуг, яке орієнтовано на потреби та попит споживачів, найбільш повне їх задоволення, та забезпечення прибутку від діяльності підприємства.

Управління підприємством повинно базуватися на системному, ситуаційному, програмно-цільовому підходах, які забезпечує маркетинг. Тому підготовка фахівців з маркетингу є нагальною потребою в сучасній ринковій ситуації, а маркетингове підприємство для посилення його позицій та забезпечення конкурентоспроможності повинен вчасно корегувати стратегію і тактику підприємства.

ВТЕІ КНТЕУ відіграє важливу роль у підготовці високопрофесійних фахівців, які готові до практичної та наукової діяльності. Загальні і фахові компетенції сприяють формуванню соціальних та особистісних якостей випускників, здобуттю професійно-орієнтованих знань, вмінь, здатності враховуючи умови та виклики сучасності вирішувати типові професійні завдання у маркетинговій сфері.

Представлена на рецензування ОПП «Маркетинг» 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 компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення.

Мета освітньо-професійної програми (ОПП) «Маркетинг» – підготовка висококваліфікованих фахівців здатних до наукової і практичної діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

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

Програма забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації маркетингової діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатoproфільної підготовки фахівців з маркетингу стосовно сучасних процесів розвитку бізнес-діяльності.

Освітньо-професійної програма 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.

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

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

Рецензент:
Директор ТОВ «Регіон Інформ»,
м. Вінниця



Меланишен Ю.П.

23.02 2021 р.