

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

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ / MARKETING»


Початкового рівня (короткий цикл) 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 № 07 від 29.05.2023)

Освітня програма  
вводиться в дію з 01.09.2023




Директор ВТЕІ ДТЕУ  
  
Наталія ЗАМКОВА  
(наказ № 70 від 29.05.2023)

Вінниця 2023

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

**Погоджено**

Заступник директора  
з навчально-методичної роботи


  
(підпис)  
14.04.

Лілія МАРТИНОВА  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Начальник навчального відділу  
ВТЕІ ДТЕУ


  
(підпис)  
14.04.

Оксана СЛОБОДИСЬКА  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Начальник навчально-методичного  
відділу ВТЕІ ДТЕУ

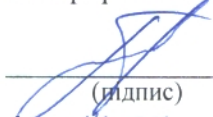
  
(підпис)  
14.04.

Тетяна ШЕВЧУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Декан факультету торгівлі, маркетингу  
та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ

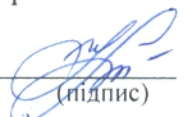
  
(підпис)  
14.04.

Сергій ГИРИЧ  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Завідувач кафедри маркетингу  
та реклами ВТЕІ ДТЕУ

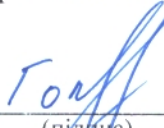
  
(підпис)  
14.04.

Ірина ПОЛЩУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Гарант освітньої програми ВТЕІ ДТЕУ

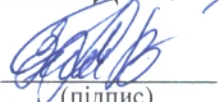
  
(підпис)  
14.04.

Юлія ГОЛОВЧУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Голова РСС факультету торгівлі,  
маркетингу та сфери обслуговування  
ВТЕІ ДТЕУ

  
(підпис)  
14.04.

Вікторія ЗАГРОДСЬКА  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**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)  
18.04.

Володимир ШЕВЧУК  
(ім'я, прізвище)

2023р.

**Погоджено**

Стейкхолдер  
Директор Товариства з обмеженою  
відповідальністю «Телерадіокомпанія  
«РЕГІОН-ІНФОРМ», м. Вінниця

  
(підпис)  
18.04.

Юрій МЕЛАНІШЕН  
(ім'я, прізвище)

2023р.



## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Головчук Юлія – канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «молодший 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. Громова Ольга – д-р екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Маркетинг».
5. Довгань Юрій – канд. екон. наук, доцент 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. Богуславська Вікторія – здобувач вищої освіти ОС «молодший бакалавр».
9. Мельник Марія – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «молодший бакалавр», 2022 р., здобувач вищої освіти ОС «бакалавр».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Лилик Ірина – президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу».
2. Перезовова Ірина – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.

## 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	<a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2023/popp/mr_mb.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/2023/popp/mr_mb.pdf</a>
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» Відсоток обов'язкових компонент ОП –75,0%, з них: – цикл загальної підготовки – 30% – цикл професійної підготовки – 37,5% – практичної підготовки – 5,0% – атестація – 2,5% Відсоток вибіркових компонент ОП - 25,0%, з них: – цикл загальної підготовки –10,0% – цикл професійної підготовки – 15,0%

<b>Орієнтація освітньої програми</b>	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
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	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
<b>Особливості програми</b>	Унікальність освітньої програми полягає у забезпеченні 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 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.
<b>4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випусники молодші бакалаври спеціальності 075 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені затвердженими Професійними стандартами за «Класифікатором 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. Випусник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними
<b>Подальше навчання</b>	Навчання за НПК України – 6 рівень, FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень

## 5 – Викладання та оцінювання

<b>Викладання та навчання</b>	<p>Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик.</p> <p>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.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, проходження виробничої практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен.</p> <p>Атестація – атестаційний екзамен</p>

## 6 – Програмні компетентності

<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	<p><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></p>
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<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>

<p><b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b></p>	<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>
<p><b>7 – Програмні результати навчання</b></p>	
	<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>Р 14. Демонструвати знання іноземної мови на рівні професійного і побутового спілкування.</i></p> <p><i>Р 15. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</i></p> <p><i>Р 16. Демонструвати вміння прийняття оперативних рішень в межах своєї компетенції; функціональній та інформаційній підготовці проєктів рішень.</i></p> <p><i>Р 17. Демонструвати навички керівництва підлеглими, компетенція яких не вища за молодших бакалаврів.</i></p> <p><i>Р 18. Демонструвати вміння критично оцінювати і прогнозувати політичні, економічні, екологічні, культурні та інші події і явища на підставі відповідного обсягу знань.</i></p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувач 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 освітніх компонентів залучаються особи, що мають значний досвід практичної роботи.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ ДТЕУ
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Використання Системи управління навчанням Moodle ВТЕІ ДТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників



**9 – Академічна мобільність**

<b>Національна кредитна мобільність</b>	–
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	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 - з Університетом імені Яна Кохановського (Кельце, Польща) №28 від 19.10.2022
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	–

## 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
<b>1. Обов'язкові компоненти ОП</b>		
<b>1.1. Цикл загальної підготовки</b>		
ОК 1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням/ Foreign Language for Specific Purposes	12
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.	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	
<b>Всього за циклом 1.1.</b>		<b>36</b>
<b>1.2. Цикл професійної підготовки</b>		
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 Communication	6
ОК 11.	Маркетингова товарна та цінова політики / Marketing Commodity and Price Policies	9
ОК 12.	Управління продажем та мерчандайзинг / Sales Management and Merchandising	6
<b>Всього за циклом 1.2.</b>		<b>45</b>
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>81</b>
<b>1.3 Практична підготовка</b>		
	Виробнича практика / Practical Training	6
<b>Всього за циклом 1.3.</b>		<b>6</b>
<b>1.4. Атестація</b>		
	Атестаційний екзамен / Certification Exam	3
<b>Всього атестація</b>		<b>3</b>

1	2	3
<b>2.2. Цикл професійної підготовки</b>		
ВК 3.	Вибірковий компонент** / Optional Subject**	6
ВК 4.	Вибірковий компонент** / Optional Subject**	6
ВК 5.	Вибірковий компонент** / Optional Subject**	6
<b>Всього за 2.2.</b>		<b>18</b>
<b>Загальний обсяг вибіркового компонента:</b>		<b>30</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>120</b>

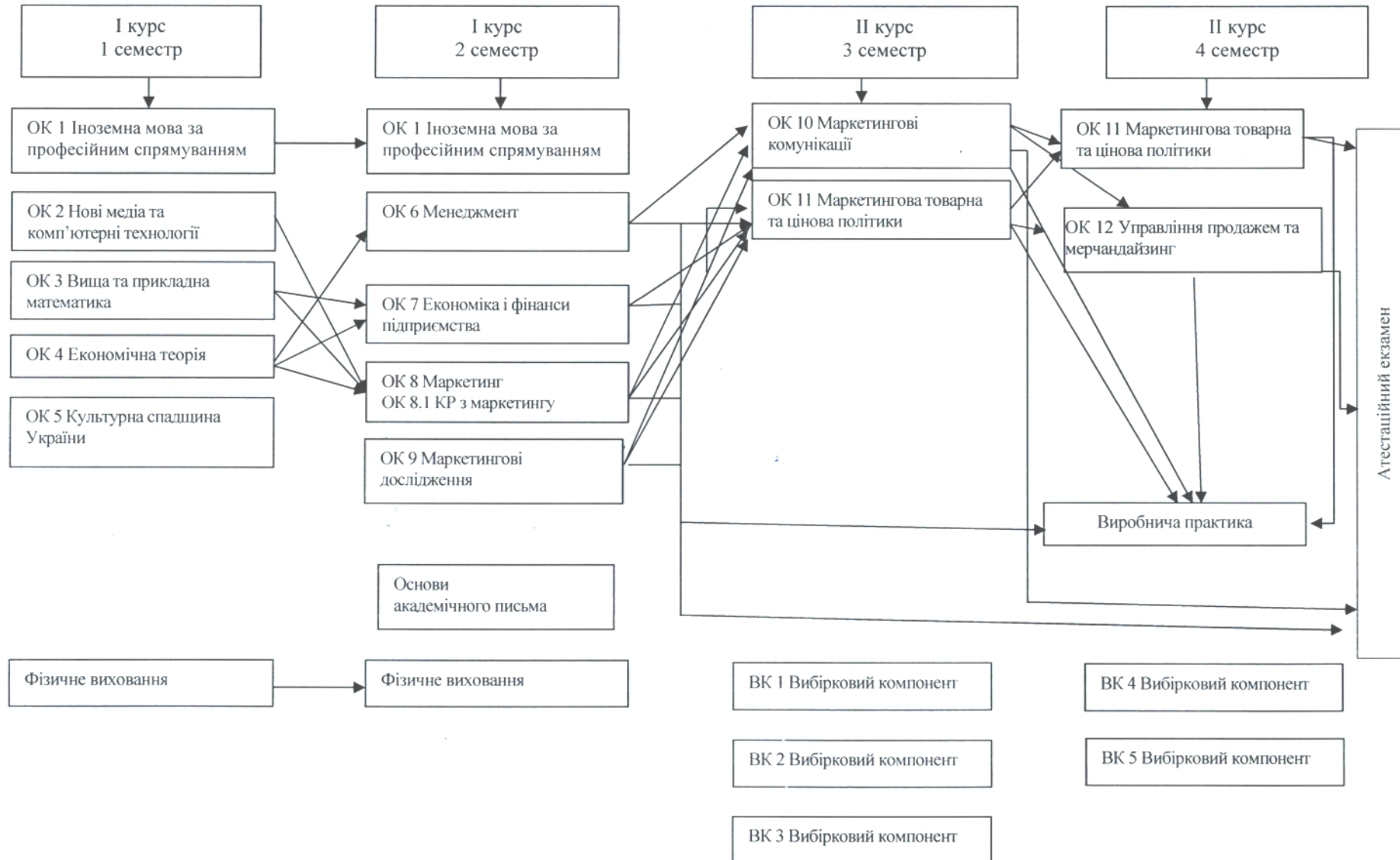
Для усіх компонент освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен

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 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
<b>Р 1</b>				+	+			+		+	+		+	+
<b>Р 2</b>	+		+				+		+		+		+	+
<b>Р 3</b>	+		+	+		+	+	+				+	+	+
<b>Р 4</b>		+	+	+	+		+							
<b>Р 5</b>						+		+		+		+	+	+
<b>Р 6</b>		+		+					+	+			+	+
<b>Р 7</b>						+	+	+			+	+	+	+
<b>Р 8</b>			+					+		+	+		+	+
<b>Р 9</b>	+								+		+	+	+	+
<b>Р 10</b>	+	+	+		+				+					
<b>Р 11</b>		+				+		+		+			+	+
<b>Р 12</b>		+			+				+		+		+	+
<b>Р 13</b>	+					+				+		+	+	+
<b>Р 14</b>	+	+		+										
<b>Р 15</b>					+					+		+	+	+
<b>Р 16</b>						+	+							+
<b>Р 17</b>						+	+		+		+		+	+
<b>Р 18</b>		+	+	+	+				+					





## РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»  
підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «молодший бакалавр»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальності 075 «Маркетинг»

Трансформаційні зміни в економіці України зумовлюють зростання впливу освіти на підвищення якості трудових ресурсів та їх здатність вчасно адаптуватись до нових ринкових вимог. Саме тому розвиток освіти та її вдосконалення є важливою передумовою подолання негативних кризових ситуацій в економіці і суспільстві в цілому. Основним завданням закладів освіти є підготовка кваліфікованих фахівців з високим інтелектуальним потенціалом, розвинутими фаховими компетенціями, здатними до самореалізації та розвитку. Саме тому підготовка фахівців маркетингу є особливо актуальною в наш час.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти дозволяє студентам здобути загальні і фахові компетентності з маркетингу, які направлені на здобуття здобувачем вищої освіти, умінь та навичок направлених на ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємств у ринкових умовах.

Метою освітньо-професійної програми «Маркетинг» полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців – молодший бакалаврів маркетингу, – які володіють сучасним управлінським та економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що базуються на оволодінні системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення успішної роботи підприємства на засадах маркетингу.

Звертає на себе увагу наповнення освітньої програми сучасними дисциплінами і залучення фахівців найвищого рівня, переважно, докторів і кандидатів наук, які мають не тільки високий рівень теоретичної підготовки, але й певний практичний досвід ведення бізнесу, про що свідчать їх публікації та численні стажування в провідних установах та підприємствах України.

Унікальність освітньої програми початкового рівня вищої освіти полягає у забезпеченні практичної підготовки для формування навичок у сфері господарської та маркетингової діяльності сучасних підприємств та в організацій. Програма є багатопрофільною та передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Компоненти освітньо-професійної програми є обов'язкові та вибіркові, які покликані формувати загальні та спеціальні компетентності у відповідності до запропонованої програми. Спеціальні компетентності носять практичний характер і необхідні у професійній діяльності майбутніх фахівців.

Послідовність вивчення дисциплін, перелік та обсяг обов'язкових та вибіркового компонент відповідають структурно-логічній схемі підготовки фахового молодшого бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» і покликані сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання.

Позитивним є наявність передбачених освітньою програмою дисциплін, які дають можливість поглибити знання з маркетингової діяльності за допомогою сучасних інформаційних технологій, що сприяє конкурентоспроможності випускників.

Особливістю освітньої програми є вивчення специфіки використання маркетингу в діяльності підприємств з метою проведення маркетингових досліджень і розробки маркетингових заходів; практичну підготовку до роботи на підприємствах. Особливістю програми є підготовка фахівців, які здатні реалізовувати маркетингову програму, використовувати інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства.

Освітньо-професійна програма, що реалізується у ВТЕІ ДТЕУ зі спеціальності 075 «Маркетинг», розроблена з урахуванням вимог ринку праці та дозволяє забезпечити якісну фахову теоретичну та практичну підготовку фахового молодшого бакалавра на належному рівні. Програма складена в логічній послідовності вивчення дисциплін, раціонально поєднані теоретичне і практичне навчання. У ній визначені: загальна інформація, мета, характеристика освітньо- професійної програми, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, які формуються в процесі навчання, ресурсне забезпечення реалізації програми.

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

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

Доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри підприємництва  
та маркетингу  
Івано-Франківського  
національного технічного  
університету нафти і газу



Ірина ПЕРЕВОЗОВА

## РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»  
підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «молодший бакалавр»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
спеціальності 075 «Маркетинг»

В умовах конкурентного середовища, яке вимагає трансформації суб'єктів господарювання, зростає роль маркетингової діяльності, мета якої забезпечити управління всіма видами діяльності на підприємстві, що пов'язані із виробництвом продукції та її реалізацією через систему збуту до кінцевого споживача. З розвитком ринкових відносин маркетингова діяльність відіграє все більшу роль у функціонуванні підприємства. Для утримання позицій на ринку, забезпечення збуту виробленої продукції підприємство вдається до маркетингових заходів, що сприяють ефективному функціонуванню суб'єкта господарювання. Саме тому підготовка фахівців маркетингу є особливо актуальною в наш час.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» початкового рівня вищої освіти дозволяє студентам здобути загальні і фахові компетентності з маркетингу, які направлені на здобуття здобувачем вищої освіти, умінь та навичок направлених на ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємств у ринкових умовах.

Метою освітньо-професійної програми «Маркетинг» полягає у підготовці висококваліфікованих фахівців – молодший бакалаврів маркетингу, – які володіють сучасним управлінським та економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що базуються на оволодінні системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення успішної роботи підприємства на засадах маркетингу.

Освітня програма «Маркетинг», що рецензується направлена на формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.

Унікальність освітньої програми початкового рівня вищої освіти полягає у забезпеченні практичної підготовки для формування навичок у сфері господарської та маркетингової діяльності сучасних підприємств та в організацій. Програма є багатопрофільною та передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Освітня програма орієнтована на підготовку освітньо-професійних кадрів, які володіють сучасними методами та маркетинговими технологіями

для ефективного управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності.

Особливістю освітньої програми є вивчення специфіки використання маркетингу в діяльності підприємств з метою проведення маркетингових досліджень і розробки маркетингових заходів; практичну підготовку до роботи на підприємствах. Особливістю програми є підготовка фахівців, які здатні реалізовувати маркетингову програму, використовувати інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства.

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

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

Рецензент:  
президент  
ГО «Українська Асоціація Маркетингу»



Ірина ЛИЛИК