

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»
спеціалізація «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ВТЕІ КНТЕУ
(протокол № 3 від «21» 04 2020 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 9 2020 р.



Директор ВТЕІ КНТЕУ
/Н.Л. Замкова /

від 22.04 2020 р.)

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Поліщук І.І. – д.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ, керівник групи / гарант освітньої програми;
2. Бондаренко В.М. – д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ;
3. Танасійчук А.М. – д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ;
4. Пчелянська Г.О. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ;
5. Головчук Ю.О. – к.е.н., доцент кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ;
6. Сидорович Н.Т. – здобувач вищої освіти освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетинг»;
7. Кушнірук Д.С. – здобувач вищої освіти освітнього ступеня «магістр» спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетинг»;
8. Дідик В.В. – випускник ВТЕІ КНТЕУ освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетинг»;
9. Шевченко Н.О. – випускник ВТЕІ КНТЕУ освітнього ступеня «магістр» спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Дідик О.М. – президент Вінницької торгово-промислової палати, м. Вінниця;
2. Купрієнко В.І. – директор Приватного підприємства «Траскторія», м. Вінниця.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» (за спеціалізацією «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» спеціалізація «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом 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 – 7 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 2025
Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/homepage/publicna-informatsiia?layout=edit&id=2082
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» Спеціалізація «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг» Відсоток обов'язкової компоненти – 70% і вибіркової компоненти – 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, педагогічні і науково-дослідні компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна вища освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг» спеціалізацією «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, маркетолог, маркетингові дослідження, маркетингова політика, реклама, зв'язки з громадськістю.
Особливості програми	Програма забезпечує підвищення рівня знань та навичок з ефективної реалізації діяльності вітчизняних підприємств шляхом забезпечення міждисциплінарної та багатопрофільної підготовки фахівців з планування, збору, аналізу та поширення інформації стосовно сучасних процесів розвитку підприємства. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів підприємств, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації до умов та викликів сучасних умов ведення економічної діяльності.
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. <i>Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</i>
Подальше навчання	Навчання за програмами другого рівня вищої освіти, НРК України – 8 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 інноваційної 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 ефективної маркетингової 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, стейкхолдери.</p> <p>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.</p> <p>Фахову підготовку здійснює кафедра маркетингу та реклами, науково-педагогічний склад якої складається з достатньої кількості докторів економічних наук, професорів, кандидатів економічних наук та доцентів. До викладання фахових дисциплін залучаються особи, що мають значний досвід практичної роботи.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	Використання комп'ютерних та спеціалізованих аудиторій ВТЕІ 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

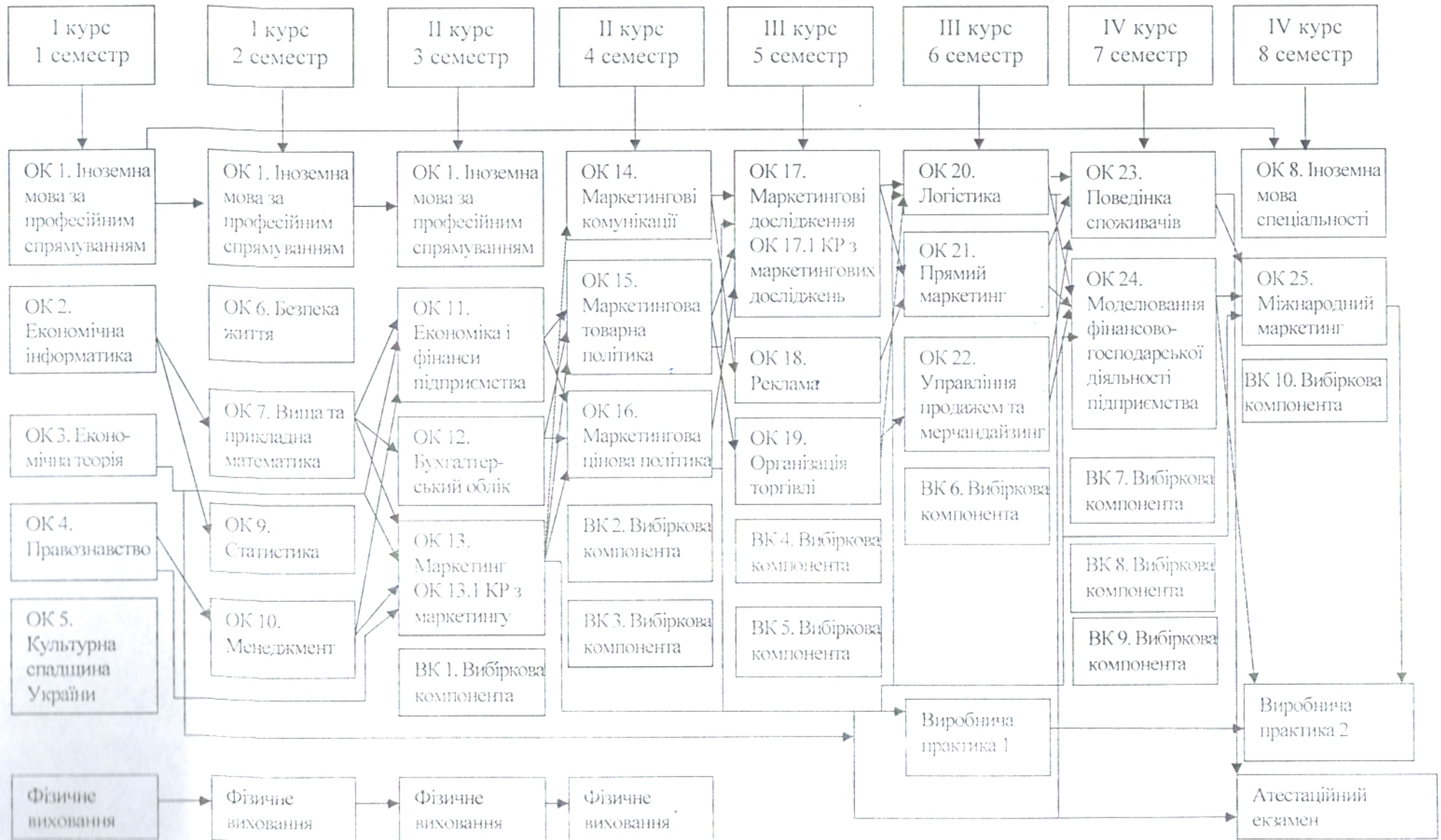
2.1. Перелік компонент ОП

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		
OK 1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням / A Foreign Language for Specific	18
OK 2.	Економічна інформатика / Economic Information Science	6
OK 3.	Економічна теорія / Economic Theory	6
OK 4.	Правознавство / Science of Law	6
OK 5.	Культурна спадщина України / Cultural Heritage of Ukraine	6
OK 6.	Безпека життя / Life Safety	6
OK 7.	Вища та прикладна математика / Higher and Applied Mathematics	6
OK 8.	Іноземна мова спеціальності / Foreign Language of Specialization	6
	Фізичне виховання / Physical Education	
Всього:		60
Цикл професійної підготовки		
OK 9.	Статистика / Statistics	6
OK 10.	Менеджмент / Management	6
OK 11.	Економіка і фінанси підприємства / Economics and Finance of Businesses	6
OK 12.	Бухгалтерський облік / Accounting	6
OK 13.	Маркетинг / Marketing	5
OK 13.1	КР з маркетингу / Course Paper in Marketing	1
OK 14.	Маркетингові комунікації / Marketing Communications	6
OK 15.	Маркетингова товарна політика / Marketing Commodity Policy	6
OK 16.	Маркетингова цінова політика / Marketing Price Policy	6
OK 17.	Маркетингові дослідження / Marketing Research	5
OK 17.1	КР з маркетингових досліджень / Course Paper in marketing research	1
OK 18.	Реклама / Advertising	6
OK 19.	Організація торгівлі / Trade Management	6
OK 20.	Логістика / Logistics	6
OK 21.	Прямий маркетинг / Direct Marketing	6
OK 22.	Управління продажами та мерчандайзинг / Sales Management and Merchandising	9
OK 23.	Поведінка споживачів / Consumer Behavior	6
OK 24.	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства / Enterprise Activity Simulation	6
OK 25.	Міжнародний маркетинг / International Marketing	9
Всього:		108
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		168

1	2	3
Вибіркові компоненти ОП		
ВК 1.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 2.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 3.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 4.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 5.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 6.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 7.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 8.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 9.	Вибіркова компонента / Optional Subject	6
ВК 10.	Вибіркова компонента / 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 екзамен / Certification Exam (Finals)		3
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Для усіх компонент освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен

2.2. Структурно-логічна схема ОПП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «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» спеціалізація «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

