


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради  /д.т.н., проф. Сергій КЮРЧЕВ
(протокол № 11 від "29" червня 2022 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1.07.2022 р.

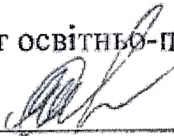
Ректор  /д.т.н., проф. Сергій КЮРЧЕВ
(наказ № 60/1-ОД від "30" червня 2022 р.)



Запоріжжя, 2022

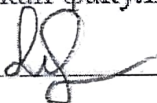
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньої-професійної програми

Гарант освітньо-професійної програми


_____ к.е.н., доцент Яна СОКІЛ

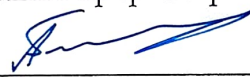
« 07 » _____ 06 _____ 2022 р.

Декан факультету економіки та бізнесу


_____ д.н.держ.упр., проф. Ганна ОРТИНА

« 20 » _____ 06 _____ 2022 р.

Перший проректор


_____ к.т.н., доцент Олександр ЛОМЕЙКО

« 29 » _____ 06 _____ 2022 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму модернізовано у 2020-2021 навчальному році відповідно до Стандарту вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» (наказ МОН України № 1343 від 05.12.2018 р.).

Розробники освітньо-професійної програми:

Сокіл Яна Сергіївна – гарант освітньо-професійної програми, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Легеза Дар'я Георгіївна – керівник проектної групи, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Куліш Тетяна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Шквиря Наталя Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Арестенко Тетяна Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Майборода Ганна Олександрівна – PhD, асистент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Онегіна Вікторія Михайлівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та міжнародного маркетингу Державного біотехнологічного університету;

Єсенгазієва Сауле Копешевна – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри «Менеджмент та організація агробізнесу» Казахського аграрного національного дослідного університету;

Єрмак Олександр – випускник 2018 н.р., спеціальності 075 «Маркетинг» за ОР «Магістр», начальник відділу маркетингу ТОВ «Турбоком»;

Хахаєва Марагарита – староста групи, здобувач вищої освіти 4 курсу навчання за ОР «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Вішал Дагар – доктор наук, доцент кафедри економіки Інституту менеджменту Великих озер, Гургаон;

Фурсова Ірина Олександрівна - начальник управління з розвитку підприємництва, промисловості та захисту прав споживачів у м. Мелітополь;

Куц Андрій В'ячеславович – віце-президент Запорізької торгово-промислової палати;

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № 11 від «7» червня 2022 р.

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу
Протокол №7 від «20» червня 2022 р.

1. Профіль освітньо-професійної програми

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) рівень, бакалавр маркетингу (Bachelor of Marketing)
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Первинна, Сертифікат про акредитацію від 21.08.2017 р. НД – IV №0891012 дійсний до 01 липня 2027 р.
Цикл/рівень	QF for ENEA – перший цикл, EQF for LLL – 6 рівень; НРК України – 6 рівень
Передумови	Особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності в неї повної загальної середньої освіти або освіти на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, у тому числі за іншою спеціальністю
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	01.09.2022-01.09.2026
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	feb.tsatu.edu.ua/faculty/department-of-marketing/teaching/educational-programs/#to-main
2. Мета освітньо-професійної програми	
Метою освітньо-професійної програми є підготовка фахівців у сфері маркетингу, які володіють критичним мисленням, системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками і технологіями та практичними навичками, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3. Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань)	07 – Управління та адміністрування
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна в галузі 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг»

	Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб'єкту, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингова політика розподілу, маркетингові комунікації, поведінка споживачів, маркетингове ціноутворення, маркетингове забезпечення управлінських рішень, ефективність управління, маркетингові стратегії
Особливості програми	Програма передбачає поглиблене вивчення напрямів використання інформаційних технологій для вирішення практичних маркетингових завдань.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Працевлаштування за різними видами підприємницької діяльності у вітчизняних та міжнародних компаніях різних секторів економіки, консалтингових компаніях.</p> <p>Випускники можуть працювати на первинних посадах, пов'язаних з плановою (у т.ч. прогнозною) аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання, проведення наукових досліджень.</p> <p>Бакалавр з маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010»:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 1474 Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій; – 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; – 1475.4 Менеджер (управитель) з постачання, збуту;

	<ul style="list-style-type: none"> – 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту; – 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; – 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі; – 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами; – 2419.2 Консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); рекламист; економіст із збуту; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.
Продовження освіти	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти (НРК України – 7 рівень, FQ ENEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень), підвищувати кваліфікацію та набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Викладання здійснюється на основі студентоорієнтованого підходу. Аудиторні заняття побудовані у формі лекцій, практичних та семінарських занять. Значна частина навчання відводиться на оволодіння практичних навиків та використання сучасних методів викладання (робота у групі, публікацій статей у соц. мережах, проведення он-лайн зустрічей, використання інформаційних технологій в освітньому процесі). Унікальною стороною програми є практична підготовка здобувачів (відношення лекцій та практичних занять за фаховими компонентами не менше ніж 1:2). При вивченні кожного компоненту циклу спеціальної (фахової) підготовки здобувач здійснює індивідуальну роботу, що є реальним проектом-кейсом на замовлення підприємств. Наприкінці кожного навчального року передбачені навчальна або виробнича практика. В умовах дії COVID 19 широко застосовується методи онлайн навчання та контролю знань студентів. В умовах воєнного стану підготовка відбувається за базі освітнього порталу та індивідуальних онлайн зустрічей із здобувачами. Система надання інформації проходить за допомогою інформаційної платформи MOODLE, на якій розміщені конспект лекцій, завдання для виконання практичних занять та самостійної роботи.</p>
Оцінювання	Система оцінювання знань за дисциплінами

	<p>освітньо-професійної програми складається з поточного та підсумкового контролю.</p> <p>Основні принципи організації та оцінювання поточного і підсумкового контролів регламентуються вимогами Положення про організацію освітнього процесу і Положення про оцінювання знань здобувачів ВО.</p> <p>Поточний контроль знань здобувачів проводиться в усній або письмовій формі та за результатами тестування. Підсумковий контроль знань проводиться у вигляді екзамену або диференційованого заліку. Екзамен – в усній формі. Усний захист звітів з практик. Комплексний атестаційний екзамен.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною шкалою та шкалою ECTS.</p>
6. Програмні компетентності	
<p>Інтегральна компетентність (ІК)</p>	<p>Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p>
<p>Загальні компетентності (ЗК)</p>	<p>ЗК1. 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>ЗК2. 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>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p>

	<p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)</p>	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p>

	<p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
--	---

7. Програмні результати навчання

РН1	Демонструвати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови та розвитку його теорії.
РН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
РН3	Застосовувати набуті знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
РН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
РН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
РН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
РН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
РН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
РН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

PH10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям та нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкту.
PH11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкту.
PH12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
PH13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
PH14	Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.
PH15	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
PH16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
PH17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
PH18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Матеріально-технічне забезпечення	Навчальні корпуси ТДАТУ, навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, мультимедійне обладнання, точки бездротового доступу до мережі Internet, наукова бібліотека ТДАТУ, гуртожитки, соціально-побутова інфраструктура відповідають вимогам та потребі.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний сайт ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua , на якому розміщено навчально-методичні матеріали з дисциплін навчального плану, наукова бібліотека ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/ , методичні кабінети кафедр, сайт факультету економіки та бізнесу http://feb.tsatu.edu.ua/en/ , сайт кафедри маркетингу http://www.feb.tsatu.edu.ua/faculty/departement-of-marketing/ , сайти кафедр, точки бездротового доступу до мережі Internet, наявність доступу до баз даних Scopus та Web of Science. Електронні навчальні курси дисциплін на освітньому порталі Moodle http://op.tsatu.edu.ua Електронний інституційний репозитарій elarTSATU - http://elar.tsatu.edu.ua

9. Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Система ECTS з обсягом 1 кредиту 30 годин Можливість перезарахування кредитів у межах кредитно-трансферної системи на основі двосторонніх договорів між Таврійським державним агротехнологічним університетом імені Дмитра Моторного та закладами вищої освіти України http://www.tsatu.edu.ua/akademichna-mobilnist/
Міжнародна кредитна мобільність	Можливість реалізації програм подвійного диплому, програм стажування та наукове співробітництво на основі двосторонніх договорів між Таврійським державним агротехнологічним університетом імені Дмитра Моторного та закордонними навчальними закладами Німеччини, Польщі, Франції, США, Китаю, Білорусі, Казахстану, Угорщини та інших країн http://www.tsatu.edu.ua/vmz/partnery-universytetu/
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за загальних підстав в межах ліцензійного обсягу за умови попередньої мовленнєвої підготовки.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
ОК1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	екзамен
ОК2	Психологія	5	диф. залік
ОК3	Безпека життєдіяльності та охорона праці	4	диф. залік
ОК4	Філософія	3	диф. залік
ОК5	Підприємницьке право	4	диф. залік
ОК6	Мистецтво та мова ведення переговорів	5	диф. залік
ОК7	Мікро та макроекономіка	5	диф. залік
ОК8	Товарознавство	5	екзамен
ОК9	Статистика	6	екзамен
ОК10	Менеджмент	4	екзамен
ОК11	Гроші та кредит	4	екзамен
ОК12	Бухгалтерський облік	6	диф. залік
ОК13	Іноземна мова за професійним спрямуванням	6	диф. залік
ОК14	Іноземна мова за професійним спрямуванням	4	екзамен
ОК15	Іноземна мова (поглиблений курс)	6	диф. залік
ОК16	Іноземна мова (поглиблений курс)	3	екзамен
ОК17	Фізичне виховання	4	4 диф. заліки
Всього за циклом загальної підготовки		78	13 диф.заліків, 7 екзаменів

ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
OK18	Маркетинг	6	екзамен
OK19	Інформаційні системи і технології	4	екзамен
OK20	Маркетингові комунікації	6	екзамен
OK21	Маркетингові дослідження	7	екзамен
OK22	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен
OK23	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
OK24	Маркетинг інновацій	7	екзамен
OK25	Інфраструктура товарного ринку	7	екзамен
OK26	Цифровий маркетинг	6	екзамен
OK27	Поведінка споживача	6	екзамен
OK28	Логістика	7	екзамен
OK29	Маркетингове планування	7	екзамен
OK30	Управління маркетинговими проектами	5	екзамен
OK31	Обґрунтування господарських рішень та ризиків	3	екзамен
Всього		81	14 екзаменів
<i>Практики</i>			
OK29	Навчальна практика «Вступ до фаху»	4	диф. залік
OK30	Навчальна практика «Маркетингова товарна політика»	4	диф. залік
OK31	Навчальна практика «Поведінка споживача»	4	диф. залік
OK32	Виробнича практика «Управління маркетинговими проектами»	4	диф. залік
Всього		16	4 диф.заліки
Всього за циклом професійної підготовки		159	4 диф.заліки, 14 екзаменів
ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИБОРОМ СТУДЕНТА			
ВК1	Вибіркова дисципліна 1	5	диф. залік
ВК2	Вибіркова дисципліна 2	5	диф. залік
ВК3	Вибіркова дисципліна 3	5	диф. залік
ВК4	Вибіркова дисципліна 4	5	диф. залік
ВК5	Вибіркова дисципліна 5	5	диф. залік
ВК6	Вибіркова дисципліна 6	5	диф. залік
ВК7	Вибіркова дисципліна 7	5	диф. залік
ВК8	Вибіркова дисципліна 8	5	диф. залік
ВК9	Вибіркова дисципліна 9	5	диф. залік
ВК10	Вибіркова дисципліна 10	5	диф. залік
ВК11	Вибіркова дисципліна 11	5	диф. залік
ВК12	Вибіркова дисципліна 12	5	диф. залік
Всього дисциплін за вибором студента		60	12 диф.заліків
ІНШІ СКЛАДОВІ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ			
Підготовка до атестації ЗВО		4	
Державна атестація ЗВО		1	екзамен
Всього за іншими складовими		5	
Разом за обов'язковою частиною підготовки		175	
Разом за вибірковою частиною підготовки		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	29 диф.заліків, 22 екзамен

2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Структурно-логічну схему освітньо-професійної програми за спеціальністю 075 «Маркетинг» наведено на рисунку 1.

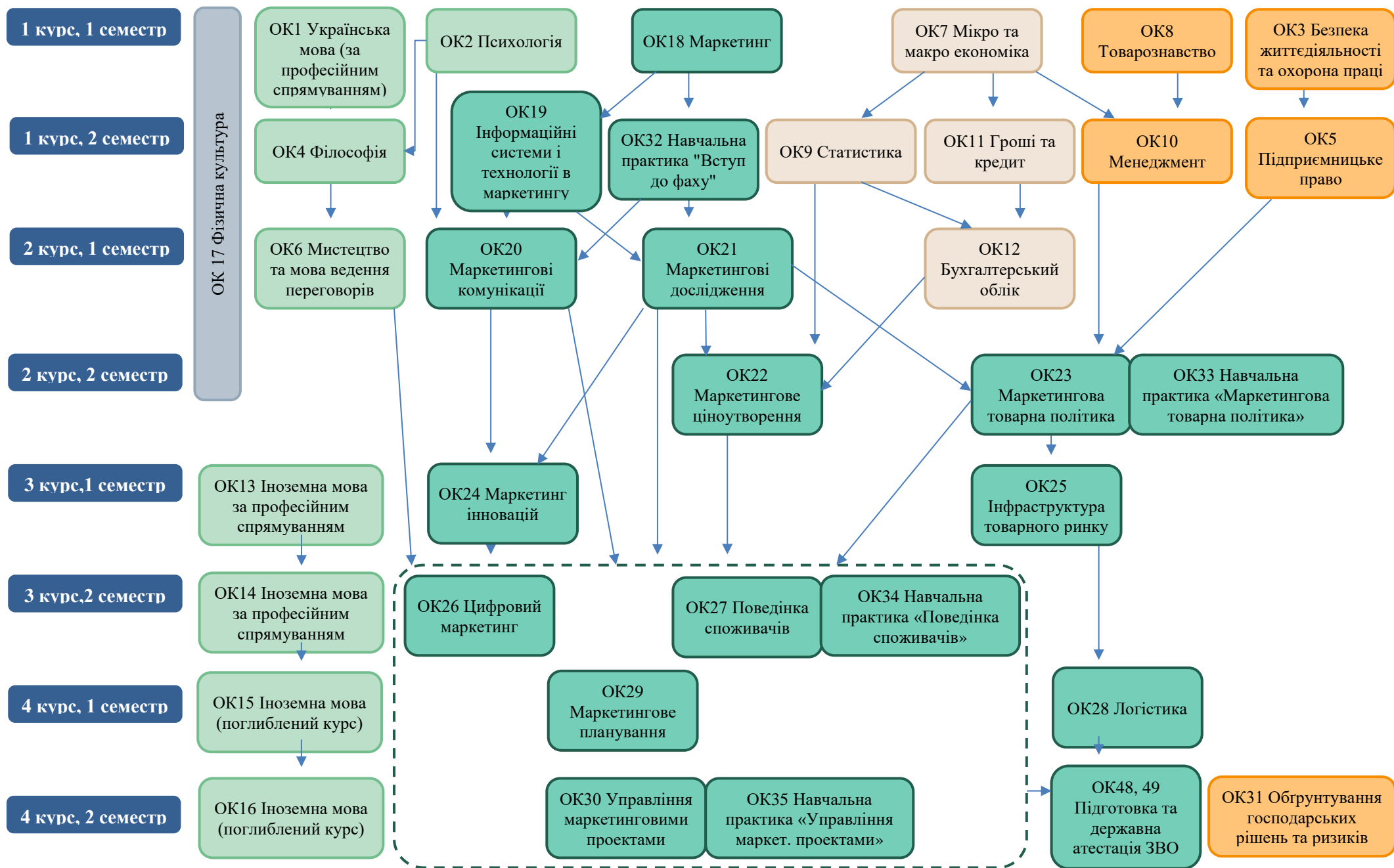


Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП за спеціальністю 075 «Маркетинг»

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Державна атестація здобувачів освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження здобувачу вищої освіти ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: Бакалавр з маркетингу. Атестація здійснюється Державною екзаменаційною комісією та проходить відкрито та публічно
Вимоги до атестаційного екзамену	Програма атестаційного екзамену зі спеціальності 075 «Маркетинг» містить дисципліни циклу професійної підготовки: «Цифровий маркетинг», «Поведінка споживача», «Маркетингове планування», «Управління маркетинговими проектами». Атестаційний екзамен здійснюється у письмовій формі шляхом висвітлення теоретичних питань та розв'язання розрахункових і аналітичних завдань, пов'язаних з управлінням маркетинговою діяльністю суб'єктів господарювання. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та освітньо-професійною програмою.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Таврійському агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного впроваджено систему управління якістю, що підтверджено сертифікатами на відповідність системи управління якістю в ТДАТУ вимогам міжнародного стандарту якості ISO 9001:2015 «Quality management systems – Requirements» та Національного стандарту якості ДСТУ EN ISO 9001:2018. <http://www.tsatu.edu.ua/nmc/viddil-monitorynhu-jakosti-osvitnoji-dijalnosti/sertyfikaty-systemy-vnutrishnoho-zabezpechennja-jakost/>

Функціонування системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) в ТДАТУ регламентується «Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного», наказ № 241-ОД від 31.10.19.

З метою належної організації та ефективного функціонування системи забезпечення якості вищої освіти в ТДАТУ створено відділ, який керується «Положенням про відділ моніторингу якості освітньої діяльності у ТДАТУ». Відділ входить до структури Науково-методичного центру університету. Режим доступу: <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschoji-osvity/viddil-monitorynhu-jakosti-osvitnoho-dijalnosti/>.

Належна якість освітньої діяльності та якість вищої освіти забезпечується шляхом дотримання низки процедур та заходів, які спрямовані на забезпечення якості освіти здобувачів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», а саме:

- систематичний моніторинг системи менеджменту якості освіти в університеті;

- періодичне оновлення ОП з урахуванням результатів їх моніторингу за участю групи забезпечення спеціальності, здобувачів вищої освіти, роботодавців, академічної спільноти, випускників, відділу моніторингу якості освітньої діяльності щорічно наприкінці навчального року та оформлюється відповідними протоколами;

- залучення роботодавців та здобувачів вищої освіти до складу робочої групи з вдосконалення освітньо-професійної програми;

- здійснення онлайн-опитування, анкетування стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, випускників, роботодавців, викладачів тощо) щодо якості освітньо-професійної програми та організації освітнього процесу на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschoji-osvity/onlajn-opytuvannja-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;

- забезпечення публічного доступу до аналітичних звітів щодо результатів опитування стейкхолдерів з пропозиціями групи забезпечення спеціальності щодо підвищення якості освіти за даною ОПП шляхом їх розміщення на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/nmc/viddil-monitorynhu-jakosti-osvitnoji-dijalnosti/monitorynh-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;

- врахування результатів оцінки відгуків керівників виробничої практики щодо якості професійної підготовки здобувачів вищої освіти;

- здійснення самоаналізу відповідності підготовки фахівців до нормативно-правових актів і документів, ліцензійних і акредитаційних вимог;

- здійснення періодичного аналізу успішності здобувачів вищої освіти та якості знань (по завершенню семестру);

- врахування результатів незалежної оцінки знань здобувачів з дисципліни напередодні екзамену та перевірки залишкових знань студентів за

тестовими завданнями після складання сесії (за рішенням Науково-методичного центру ТДАТУ);

- оцінювання досягнень науково-педагогічних працівників по завершенню навчального року, що здійснюється відповідно до Положення «Про рейтингове оцінювання НПП ТДАТУ» згідно затверджених критеріїв та оприлюднюється на веб-сайті університету;

- регулярне підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, що забезпечують освітній процес за програмою, яке спрямоване на посилення практичної складової шляхом проходження довгострокових стажувань на підприємствах, установах, організаціях, участі у міжнародних проектах, грантових програмах;

- з метою запровадження в навчально-виховний процес сучасних інноваційних технологій викладання забезпечено залучення молодих викладачів до роботи Вищої школи педагогічної майстерності,

- у відповідності до ліцензійних вимог здійснюється своєчасне забезпечення наявності та оновлення необхідних ресурсів для організації освітнього процесу (матеріально-технічна база, навчально-методичне та інформаційне забезпечення, освітній портал MOODLE);

- застосування інформаційних технологій ефективного управління навчальним процесом: контролю поточної успішності «Osvita», електронних навчальних курсів дисциплін на освітньому порталі MOODLE, Web-сайту Наукової бібліотеки з репозитарієм;

- забезпечення можливостей публічного перегляду, громадського обговорення, інформування про зміни в освітньо-професійній програмі шляхом розміщення інформації про освітньо-професійну програму на веб-сайті університету;

- дотримання всіма учасниками освітнього процесу норм академічної доброчесності, що регламентуються Кодексом честі ТДАТУ та Антикорупційною програмою;

- здійснення періодичного анонімного онлайн-опитування здобувачів вищої освіти щодо дотримання норм академічної доброчесності на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschoji-osvity/onlajn-opytuvannja-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;

- перевірка результатів наукової роботи здобувачів вищої освіти, наукових та навчально-методичних праць науково-педагогічних працівників ТДАТУ на предмет академічного плагіату.

Щорічне оновлення та удосконалення навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін здійснюється шляхом:

- оновлення робочих навчальних програм та силабусів;
- впровадження нових засобів діагностики навчальних досягнень та удосконалення тих, що вже використовуються (у т. ч. засобів поточного та підсумкового контролю, тестових комплексів);
- впровадження новітніх форм активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти;
- впровадження в освітній процес результатів наукових досліджень;
- використання досвіду, отриманого під час стажування та підвищення кваліфікації викладачів тощо.

5. Пояснювальна записка щодо відповідності складових ОПП

Узгодженість складових елементів освітньо-професійної програми демонструється через відповідність:

- програмних результатів та компетентностей, визначених освітньо-професійною програмою (таблиця 1);
- програмних результатів навчання та освітніх компонент (таблиця 2);
- програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми (таблиця 3).

Таблиця 3

Матриця відповідності визначених освітньо-професійною програмою компетентностей та обов'язкових компонент освітньо-професійної програми

Компетентності	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК49		
ЗК1					+	+																							+					+	+	+		
ЗК2		+		+		+																								+					+	+	+	
ЗК3						+	+	+	+	+	+	+	+								+							+	+		+	+	+					+
ЗК4			+			+										+												+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК5													+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК6																	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК7					+		+													+						+		+	+				+					
ЗК8							+										+		+	+					+			+	+				+					
ЗК9							+																												+	+	+	
ЗК10	+																																	+	+	+		
ЗК11					+																								+	+	+			+	+	+	+	
ЗК12			+		+			+	+	+	+	+	+	+																								
ЗК13	+					+														+																		
ЗК14				+	+	+										+						+									+						+	
ФК1							+	+	+	+	+	+	+	+	+	+													+					+	+	+		
ФК2								+	+	+	+	+	+	+	+	+													+					+	+	+		
ФК3								+	+	+		+				+				+							+	+					+	+	+			
ФК4								+	+	+						+																						
ФК5																+		+	+	+	+				+	+	+	+		+	+						+	
ФК6																				+		+									+		+	+	+	+		

Компетентності	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18	ОК19	ОК20	ОК21	ОК22	ОК23	ОК24	ОК25	ОК26	ОК27	ОК28	ОК29	ОК30	ОК31	ОК32	ОК33	ОК34	ОК35	ОК49		
ФК7																		+	+	+	+	+				+	+	+		+	+						+	
ФК8														+				+			+				+	+												
ФК9																										+								+	+	+	+	+
ФК10							+						+				+				+							+	+					+	+	+	+	+
ФК11								+	+												+	+	+	+								+						
ФК12																		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	
ФК13																		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	
ФК14																		+	+	+	+	+	+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	

6. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг» / Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf> (дата звернення: 08.04.2021).

2. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII (із змінами, внесеними згідно із Законом від 16.01.2020 р. № 392-IX). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 08.04.2021).

3. Лист Міністерства освіти і науки України від 28.04.2017 р. №1/9-239. URL: <https://udhtu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/List-MON-1-9-239-vid-28-04-2017-zrazok-OP-bakalavr.pdf> (дата звернення: 08.04.2021).

4. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад.: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / під ред. В. Г. Кременя. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. 100 с.

5. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету міністрів України від 29.04.2015 №266 / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 08.04.2021).

6. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / Авт.: В. М. Захарченко, В. І. Луговий, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / під ред. В. Г. Кременя. Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. 120 с.

7. Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система. Довідник користувача / пер. з англ., за ред. Ю. М. Рашкевича та Ж. В. Таланової. 2-ге вид. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. 106 с.

Гарант освітньо-професійної програми: _____



Яна СОКІЛ