

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 Управління та адміністрування підприємствами
кваліфікація: магістр маркетингу

ПРОЄКТ

Запоріжжя, 2024

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Гарант освітньо-професійної програми

_____ к.е.н., доцент, Наталя ШКВИРЯ

«__» _____ 20__ р.

Декан факультету економіки та бізнесу

_____ д.е.н., професор Ірина КОЛОКОЛЬЧИКОВА

«__» _____ 20__ р.

Перший проректор

_____ к.т.н., доцент Олександр ЛОМЕЙКО

«__» _____ 20__ р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» модернізовано у 2020 році відповідно до стандарту вищої освіти (Наказ МОН України від 10.07.19 за №960).

Вперше освітньо-професійну програму було введено в дію відповідно до рішення Вченої ради ТДАТУ у 2016 році.

Розробники освітньо-професійної програми:

Шквиря Наталя Олександрівна – гарант ОП «Маркетинг» за ОС «Магістр», керівник робочої групи, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Кукіна Наталя Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Легеза Дар'я Георгіївна – доктор економічних наук, професор 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;

Сокіл Яна Сергіївна – 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;

Гончар Вікторія Михайлівна - доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Київського національного економічного університету;

Брюнінг Томас – PhD, професор з поведінки споживачів Університету прикладних наук в Берні;

Вовк Артур – випускник 2012 н.р., спеціальності 075 «Маркетинг» за ОР «Магістр», Biotek Agriculture, м. Тернопіль;

Скачков Сергій – здобувач вищої освіти 1 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;

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

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу
Протокол № ____ від «__» _____ 20__ р.

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу
Протокол № ____ від «__» _____ 20__ 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	Другий (магістерський) рівень, магістр маркетингу (Master of Marketing)
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма за спеціальністю 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 6 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми УД08009686, дійсний до 01.07.2024
Цикл / рівень	QF for ENEA – другий цикл, EQF for LLL – 7 рівень; НРК України – 7 рівень
Передумови	Особа має право здобувати ступінь магістра за умов наявності в нього першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти (за умов складання ЗНО з іноземної мови) або вищої освіти за іншим напрямом підготовки (спеціальністю).
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	1.09.2023 – 01.03.2025
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://feb.tsatu.edu.ua/faculty/department-of-marketing/teaching/educational-programs/#to-main
2. Мета освітньої програми	
Підготовка високоосвічених фахівців у сфері маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та сучасними професійно-орієнтованими навиками щодо управління маркетинговою діяльністю в цифровому просторі і здатні виконувати функції маркетингового менеджменту.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань)	07 – Управління та адміністрування. <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень

	<p>та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Дисципліни циклу загальної підготовки (13%), дисципліни циклу професійної підготовки (47%), дисципліни за вибором студента (29%), інші складові освітнього процесу (11%)</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Спеціальна вища освіта, в галузі 07 – Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг». Основний фокус програми спрямований на отримання здобувачами сучасних знань з маркетингу в міжнародному цифровому просторі.</p> <p>Ключові слова: маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг, рекламний менеджмент, бренд менеджмент, цифровий маркетинг, цифрова грамотність</p>
Особливості програми	<p>Програма передбачає використання сучасних інформаційних технологій на реальних кейсах підприємств, що здійснюють свою діяльність в аграрному секторі та харчовій галузі. В рамках програми є обов'язковою виробнича (переддипломна) практика на підприємствах сфери АПК, харчової галузі чи у торгово-промислових палатах.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	

Придатність до працевлаштування	<p>Працевлаштування в організаціях та на підприємствах за різними видами підприємницької діяльності (у тому числі на підприємствах агропромислового комплексу та харчової галузі), у торгово-промислових палатах, у навчальних закладах та науково-дослідних установах; в органах державного та муніципального управління, різноманітних службах апарату управління; у структурах, в яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу, у консалтингових установах та міжнародних фондах.</p> <p>Магістр маркетингу може займати первинні посади відповідно до професійних назв робіт за «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010»:</p> <p>1233 – директор з маркетингу; начальник відділу збуту (маркетингу)</p> <p>1234 – начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)</p> <p>2419.2 – консультант з маркетингу</p> <p>1475 – менеджер (управитель) з маркетингу</p> <p>1317 – директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної та ін.); керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним та ін.).</p> <p>1476.1 – менеджер (управитель) з реклами 1475.4 – менеджер (управитель) із збуту</p> <p>3419 – організатор із збуту</p>
Продовження освіти	<p>Магістр із спеціальності «Маркетинг» має право продовжити навчання в аспірантурі, на третьому (PhD) (освітньо-науковому) рівні (НРК України – 8 рівень, FQ ENEA – третій цикл, EQF LLL – 8 рівень).</p>
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). При вивченні кожного компоненту циклу спеціальної (фахової) підготовки здобувач здійснює індивідуальну роботу, що є реальним проектом-кейсом на замовлення підприємств. В умовах дії COVID-19 широко</p>

	<p>застосовується методи онлайн навчання та контролю знань студентів. В умовах воєнного стану підготовка відбувається на 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, а також тестовий комплекс.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти з кожної дисципліни здійснюється на основі проведення кредитно-модульних контрольних заходів, які включають поточний, підсумковий модульний та семестровий контролі.</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>Основними видами контролю знань здобувачів є: екзамени, диференційовані заліки, заліки, захист звітів з виробничої (переддипломної практики), публічний захист кваліфікаційної роботи. Оцінювання компетенцій та результатів навчання здійснюється у формі результатів проходження тестового контролю на платформі MOODLE, презентацій, захисту індивідуальних та групових проектів, публікації результатів наукових досліджень у фахових виданнях, зарахування результатів проходження тренінгів та навчання на онлайн платформах (як виду неформальної освіти)</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог</p>
Загальні компетентності	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p>

	ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності, визначені стандартом вищої освіти спеціальності	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності, визначені закладом вищої освіти	<p>ФК9. Здатність презентувати та оприлюднювати результати досліджень у сфері маркетингу</p> <p>ФК10. Здатність використовувати технології, концепції та архітектуру цифрового управління та визначати їх роль у підтримці цифрової трансформації.</p> <p>ФК11. Здатність обирати і застосовувати теорію та практику аналізу великих даних, їх вплив на бізнес та системи бізнес-аналітики.</p> <p>ФК12. Здатність використовувати ключові принципи цифрового маркетингу та комунікації із зацікавленими сторонами.</p> <p>ФК13. Здатність планувати, впроваджувати та вимірювати цифрові стратегії підприємства.</p> <p>ФК14. Здатність адаптувати виклики та вплив цифрової довіри, що вивчаються на основі питань цифрового бізнесу з кібербезпеки, управління ризиками, а також пов'язаних з ними руйнівними технологіями та їх застосуванням.</p> <p>ФК15. Здатність використовувати ключові напрями, моделі та стратегії цифрових інновацій.</p>

	<p>ФК16. Здатність обґрунтовувати концепції, можливості та проблеми, що пов'язані з розробкою, плануванням та реалізацією інтегрованої цифрової стратегії.</p>
7- Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти спеціальності</p>	<p>РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>РН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>РН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>РН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>РН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>РН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>РН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>РН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і</p>

	<p>програм.</p> <p>PH13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>PH14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>PH15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти	<p>PH16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження;</p> <p>PH17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів;</p> <p>PH 18. Володіти сучасними інноваційними технологіями в сфері маркетингу із застосуванням програмного забезпечення та застосувати сучасні підходи цифрового аналізу маркетингової діяльності;</p> <p>PH 19. Використовувати на практиці сучасні види маркетингу (цифровий маркетинг, нейромаркетинг, міжнародний маркетинг)</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Навчальні корпуси ТДАТУ, навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, лабораторія VIDEL, лабораторія BOOST (Business Opportunity and Orbit for STudents), мультимедійне обладнання, точки бездротового доступу до мережі Internet, наукова бібліотека ТДАТУ, гуртожитки, соціально-побутова інфраструктура, програмні продукти</p>
Інформаційне та навчально- методичне забезпечення	<p>Офіційний сайт ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua/; освітній портал ТДАТУ http://op.tsatu.edu.ua/, на якому розміщено навчально-методичні матеріали з дисциплін навчального плану, наукова бібліотека ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/, репозитарій ТДАТУ http://elar.tsatu.edu.ua/, методичні кабінети кафедр, сайт факультету економіки та бізнесу http://www.tsatu.edu.ua/feb/, сайт кафедри маркетингу http://feb.tsatu.edu.ua/faculty/departement-of-marketing/, сайти кафедр, точки бездротового</p>

	доступу до мережі Інтернет; наявність доступу до баз даних Scopus та Web of science, необмежений доступ до мережі Інтернет, вільний доступ до освітніх платформ Coursera та Ukrainian Global Faculty, сайт проекту DigEco.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	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	Підготовка здобувачів відбувається у рамках програми Erasmus+ Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану DigEco: 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-SBHE-JP https://sites.google.com/tsatu.edu.ua/digeco-en/home/ . Окремі теми дисциплін «Маркетинговий менеджмент», «Цифрові бізнес моделі», «Міжнародний маркетинг» створені на основі курсу Export Academy , який реалізується Institut Marketing (Estonia) за підтримкою Посольства США в Україні. Можлива реалізація програм подвійного диплому, програм Стажування та наукове співробітництво на основі двосторонніх договорів між ТДАТУ та навчальними закладами Німеччини, Польщі, Франції, Китаю, Литви, Ізраїлю, Болгарії, Казахстану, Угорщини, Таджикистану та інших країн http://www.tsatu.edu.ua/vmz/partnery-universytetu/
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе у межах ліцензійного обсягу спеціальності після вивчення курсу української мови

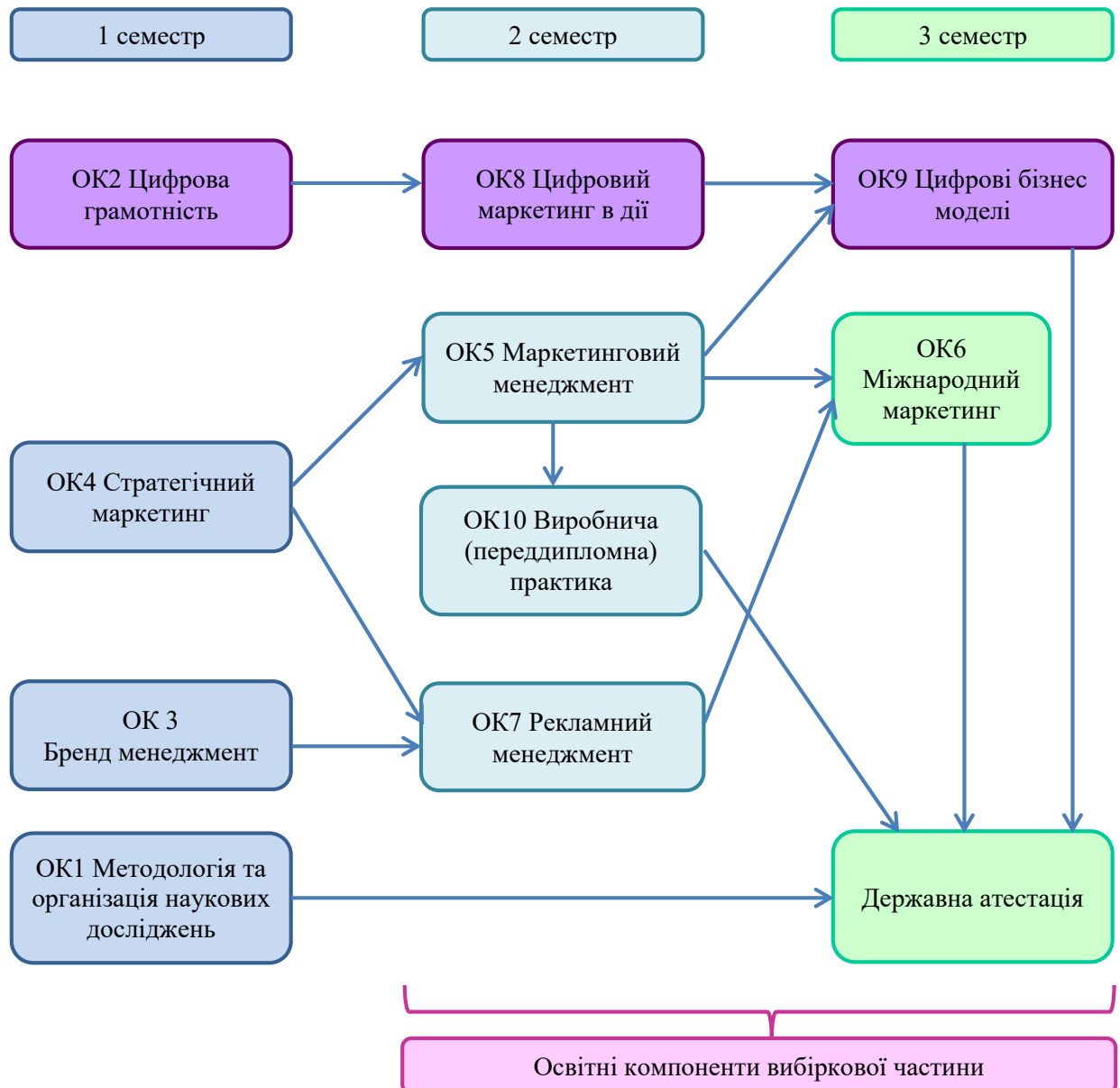
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового
---------	-------------------------------	--------------------	--------------------

			контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК1	Методологія та організація наукових досліджень	6	Диф залік
ОК2	Цифрова грамотність	6	Диф залік
Всього за циклом загальної підготовки		18	2 диф. заліки
2. Цикл професійної підготовки			
ОК3	Бренд менеджмент	6	Екзамен
ОК4	Стратегічний маркетинг	6	Екзамен
ОК5	Маркетинговий менеджмент	6	Екзамен
ОК6	Рекламний менеджмент	6	Екзамен
ОК7	Цифровий маркетинг в дії	4	Екзамен
ОК8	Цифрові бізнес моделі	4	Екзамен
ОК9	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
Всього		30	7 екзаменів
Практична підготовка			
ОК10	Виробнича (переддипломна) практика	6	Диф залік
Всього		6	1 диф залік
Всього за циклом професійної підготовки		37	1 диф залік, 7 екзаменів
Дисципліни за вибором здобувача			
ВК1	Дисципліна за вибором №1 (друга іноземна мова)	6	Диф залік
ВК2	Дисципліна за вибором №2 (друга іноземна мова)	4	Диф залік
ВК3	Дисципліна за вибором №3 (друга іноземна мова)	4	Екзамен
ВК4	Дисципліна за вибором №4	4	Диф залік
ВК5	Дисципліна за вибором №5	4	Диф залік
ВК6	Дисципліна за вибором №6	4	Диф залік
Всього дисциплін за вибором здобувача		26	5 диф. заліків, 1 екзамен
Інші складові освітнього процесу			
Підготовка до державної атестації		9	
Державна атестація (публічний захист кваліфікаційної роботи)		1	Захист
Всього за іншими складовими		10	Захист
Всього за обов'язковою частиною підготовки		64	3 диф. заліків, 7 екзаменів
Всього за вибірковою частиною підготовки		26	5 диф заліків, 1 екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	8 диф. заліків, 8 екзаменів,

2.2 Структурно-логічна схема освітньої програми за спеціальністю 075 «Маркетинг»



3 Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Відповідно до стандарту вищої освіти атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення пропозицій щодо формування сучасних бізнес моделей та управління їх маркетинговою діяльністю.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота до захисту розміщується у репозитарії ТДАТУ.</p> <p>Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>
Вимоги до публічного захисту	До публічного захисту надається кваліфікаційна робота, науковий реферат, наукова доповідь та презентація основних положень та результатів, що розроблені у кваліфікаційній роботі. У період захисту роботи здобувач повинен надати ґрунтовні відповіді щодо запропонованих маркетингових рішень системи управління процесами на підприємстві, обґрунтувати результат вибору цифрової бізнес моделі та зазначити основні критерії ефекту запровадження маркетингових заходів.

4 Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного функціонує система управління якістю, яка відповідає вимогам міжнародного стандарту якості ISO 9001:2015 «Quality management systems – Requirements» та Національного стандарту якості ДСТУ EN ISO 9001:2018 <https://bit.ly/3psddml>

У ТДАТУ впроваджена система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка регламентується «[Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного](#)», затвердженим наказом ректора університету №241-ОД від 31 жовтня 2019 року.

З метою ефективного функціонування системи забезпечення якості вищої освіти у ТДАТУ створено відділ моніторингу якості, який у своїй

роботі керується «Положенням про відділ моніторингу якості освітньої діяльності у Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного». Відділ є структурною одиницею Науково-методичного центру університету (<https://bit.ly/3fOLWaM>).

З метою здійснення внутрішнього моніторингу якості освіти у процесі реалізації освітньої програми 075 «Маркетинг» проводяться моніторинг змісту освітньої програми через:

- самоаналіз стану підготовки фахівців відповідно до нормативно-правових актів і документів, ліцензійних і акредитаційних вимог тощо ;
- періодичний (по завершенню кожного семестру) аналіз успішності студентів та якості знань на освітньому порталі <https://op.tsatu.edu.ua/>;
- періодичний (за рішенням навчально-методичного центру ТДАТУ) зріз знань у формі проходження комп'ютерного тестування перед іспитом та на початку наступного семестру для виявлення рівня залишкових знань <https://op.tsatu.edu.ua/>;
- аналіз відгуків керівників виробничої практики та голів державної атестаційної комісії;
- опитування роботодавців та представників місцевої влади щодо якості підготовки здобувачів вищої освіти <https://bit.ly/3wVydEL>;
- опитування, анкетування здобувачів вищої освіти про якість освітньої програми та рівень викладання <https://bit.ly/3ihUwQQ>;
- опитування випускників щодо якості освітньої програми та рівня підготовки здобувачів вищої освіти <https://bit.ly/3oOyavD>;
- опитування викладачів щодо рівня підготовки здобувачів вищої освіти <https://bit.ly/3ng4yad>;
- розміщення інформації про освітню програму для можливості публічного перегляду, інформування про зміни в освітній програмі на сайті кафедри / факультету <https://bit.ly/3fPJ0KX>;
- періодичну перевірку відділом моніторингу якості освітньої діяльності ТДАТУ якості проведення занять викладачами кафедри та методичного забезпечення навчального процесу;
- організація відкритих лекції та практичних занять викладачами кафедри маркетингу;
- проведення щорічного рейтингу викладачів <http://www.tsatu.edu.ua/nmc/osvitnyj-proces/rejtynh-vykladacha/>;
- перевірку кваліфікаційних робіт на плагіат <https://bit.ly/3imRBXr>.

Навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін щорічно оновлюється та удосконалюється, що реалізується через:

- щорічне оновлення робочих навчальних програм та силабусів;
- оновлення і розробку нових засобів діагностики навчальних досягнень (у т.ч. засобів поточного і 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 підвищення кваліфікації викладачів та стажування.

5. Пояснювальна записка щодо відповідності складових ОПП

Узгодженість складових елементів освітньої програми демонструється через відповідність:

- матриця відповідності визначених освітньою програмою результатів навчання та компетентностей (таблиця 5.1);
- матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН) відповідними компонентами освітньої програми (таблиця 5.2);
- матриця відповідності визначених освітньою програмою компетентностей та обов'язкових компонент ОП (таблиця 5.3).

Таблиця 5.1

**Матриця відповідності визначених освітньою програмою
результатів навчання та компетентностей**

Програмні результати навчання	ПК	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ФК 1	ФК 2	ФК 3	ФК 4	ФК 5	ФК 6	ФК 7	ФК 8	ФК 9	ФК 10	ФК 11	ФК 12	ФК 13	ФК 14	ФК 15	ФК 16
PH 1	+									+	+									+					
PH 2	+	+	+					+		+	+								+	+					
PH 3	+	+					+		+			+		+						+		+		+	+
PH 4	+	+	+		+										+	+	+		+			+	+	+	+
PH 5	+						+		+		+	+						+			+				
PH 6	+	+							+	+	+				+		+								
PH 7	+		+	+									+	+	+		+								
PH 8	+		+			+		+					+					+			+				
PH 9	+	+								+			+		+		+		+		+		+		
PH 10	+	+	+											+	+	+	+		+			+	+	+	+
PH 11	+						+							+	+	+	+			+		+		+	+
PH 12	+	+							+					+		+	+		+	+		+	+	+	+
PH 13	+	+		+										+	+	+	+		+						
PH 14	+				+	+									+		+								
PH 15	+						+				+	+		+		+			+	+	+		+		
PH 16	+						+			+	+	+								+					
PH 17	+			+	+	+	+															+			
PH 18	+		+				+							+		+			+	+	+	+	+	+	+
PH 19	+		+				+							+		+			+	+	+	+	+	+	+

Таблиця 5.2

**Матриця відповідності програмних результатів навчання (РН) до
обов'язкових освітніх компонент**

Результати навчання	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10
РН 1	+		+	+	+	+	+		+	
РН 2	+	+		+			+	+	+	+
РН 3	+			+	+	+		+		+
РН 4			+	+	+	+	+	+		+
РН 5	+	+	+		+		+		+	+
РН 6				+	+	+		+	+	+
РН 7	+	+	+	+	+	+				+
РН 8		+	+			+	+		+	+
РН 9	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
РН 10			+	+	+	+		+		+
РН 11		+		+		+	+		+	+
РН 12		+	+	+				+	+	+
РН 13			+	+	+	+	+		+	
РН 14			+	+	+	+	+	+		+
РН 15	+	+		+			+		+	+
РН 16	+	+	+	+		+				
РН 17	+		+	+	+			+	+	+
РН 18		+	+				+	+	+	
РН 19		+	+				+	+		

Таблиця 5.3

**Матриця відповідності визначених освітньою програмою
компетентностей та обов'язкових компонент ОП**

Компетентності	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10
ЗК 1	+			+	+		+	+	+	+
ЗК 2			+	+		+	+		+	+
ЗК 3	+			+	+					+
ЗК 4			+	+	+	+		+	+	
ЗК 5			+		+		+	+	+	+
ЗК 6	+	+		+	+	+	+		+	+
ЗК 7			+		+	+		+		
ЗК 8			+	+	+			+	+	+
ФК 1	+	+	+			+	+	+		
ФК2	+	+		+	+	+			+	
ФК3	+			+	+			+	+	+
ФК 4	+	+	+			+	+			
ФК 5	+			+		+	+	+	+	+
ФК 6			+	+	+	+		+		+
ФК 7			+	+		+		+		+
ФК 8			+	+	+	+			+	+
ФК 9	+		+		+		+		+	+
ФК 10		+	+		+		+	+	+	
ФК11	+	+		+			+		+	
ФК12		+	+				+	+	+	
ФК13				+	+		+	+		+
ФК14		+			+		+	+		
ФК15		+		+			+	+	+	+
ФК16		+	+	+	+		+	+		

ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

1. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Відомості Верховної Ради України. 2014. №37-38. Ст. 2004. URL: <https://bit.ly/3fM38gZ>
2. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2017. №38-39. Ст. 380. <https://bit.ly/34IdliR>
3. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти. Міністерство освіти та науки України. URL: <https://bit.ly/2Tykntv>
4. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 від 28.07.2010 р. № 327 (зі змінами від 15.02.2019 р.). Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. URL: <https://bit.ly/34EFo8m>
5. Національна рамка кваліфікацій : Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 №1341 URL: <https://bit.ly/3cf7D1A>.
6. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.2015 № 266. URL: <https://bit.ly/2RifQL3>
7. Положення про освітні програми в ТДАТУ. 2021. URL: <https://bit.ly/3yYLo9S>
8. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: <https://bit.ly/3g4vceH>

Гарант освітньо-професійної програми _____ Наталя ШКВИРЯ