

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

ПРОЄКТ

Запоріжжя, 2024

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньої-професійної програми

Гарант освітньо-професійної програми

_____ к.е.н., доцент Яна СОКІЛ

«__» _____ 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» першого (бакалаврського) рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» модернізовано у 2019 році відповідно до стандарту вищої освіти (Наказ МОН України від 05.12.18 за №1343).

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

Розробники освітньо-професійної програми:

- 1 **Сокіл Яна Сергіївна** – керівник робочої групи, гарант ОП «Маркетинг» за ОР «Бакалавр», кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;
- 2 **Кукіна Наталя Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;
- 3 **Легеза Дар'я Георгіївна** – доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;
- 4 **Куліш Тетяна Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;
- 5 **Шквиря Наталя Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;
- 6 **Арестенко Тетяна Вікторівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;
- 7 **Буднікевич Ірина Михайлівна** - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Чернівецького національного університету;
- 8 **Єсенгазієва Сауле Копешевна** – кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри «Менеджмент та організація агробізнесу» Казахського аграрного національного дослідного університету;
- 9 **Ангеліна Бут-Галкіна** – випускниця 2012 н.р., спеціальності 075 «Маркетинг» за ОР «Бакалавр», менеджер по роботі з клієнтами в Банку Канади, м. Торонто;
- 10 **Дмитро Лук'янов** – здобувач вищої освіти 2 курсу навчання за ОС «Бакалавр» 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	Перший (бакалаврський) рівень, бакалавр маркетингу (Bachelor of Marketing)
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю 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 спеціальності 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 та фахового молодшого бакалавра, у тому числі за іншою спеціальністю
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	01.09.2023-01.09.2027
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://feb.tsatu.edu.ua/faculty/department-of-marketing/teaching/educational-programs/#to-main
2. Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців у сфері сучасного маркетингу, які володіють критичним та творчим мисленням, системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними технологіями та практичними навичками, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3. Характеристика освітньо-професійної програми	

<p>Предметна область (галузь знань)</p>	<p>07 – Управління та адміністрування</p> <p>Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</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>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Освітньо-професійна</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Спеціальна в галузі 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг». Основний фокус програми спрямований на практико-орієнтовану підготовку здобувачів з метою надання компетенцій та навиків у маркетинговій діяльності підприємств галузей сільського господарства, харчової промисловості та ресторанного господарства.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб’єкту, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингові комунікації, поведінка споживачів, маркетингове ціноутворення, маркетингове забезпечення управлінських рішень, ефективність управління</p>

Особливості програми	Програма передбачає поглиблене вивчення напрямів використання інформаційних технологій для вирішення практичних маркетингових завдань в задоволенні споживачів та клієнтів у ресурсах та готовій продукції.
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. прогноною) 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; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня, викладання.</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; – 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 студенто-орієнтованого 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	<p>Система оцінювання знань за дисциплінами освітньо-професійної програми складається з поточного, підсумкового та семестрового контролю. Основні принципи організації та оцінювання поточного і підсумкового контролів регламентуються вимогами Положення про організацію освітнього процесу і Положення про оцінювання знань здобувачів ВО. 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. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною шкалою та шкалою ECTS.</p>
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 певних

	теорій та методів маркетингу та характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<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>
Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)	<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>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності, визначені закладом вищої освіти</p>	<p>ФК15. Здатність використовувати основні принципи провадження маркетингової діяльності у сільському господарстві, харчовій промисловості та ресторанній справі з метою розробки маркетингових проектів та інноваційних рішень.</p> <p>ФК16. Здатність адаптувати на практиці концепції маркетингу з урахуванням особливостей просування харчових продуктів та послуг за допомогою сучасних інформаційних технологій та інструментів.</p>
7. Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти спеціальності</p>	<p>РН1. Демонструвати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови та розвитку його теорії.</p> <p>РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН3. Застосовувати набуті знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники,</p>

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.

РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям та нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкту.

РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкту.

РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним

РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.

РН15. Діяти соціально відповідальне та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості

РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

	<p>RH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>RH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти	<p>RH19. Застосувати сучасні інформаційні інструменти в маркетинговій діяльності підприємства, що займається виробництвом, просуванням, реалізацією продовольчих товарів та послуг, пов'язаних з ними.</p> <p>RH20. Виявляти та обґрунтувати функціональні унікальні особливості продовольчих товарів з метою подальшого планування маркетингової діяльності підприємства.</p> <p>RH21. Проводити дослідження та, на основі цього, створювати актуальні на часі маркетингові проекти інноваційного бізнесу у сільському господарстві, харчовій промисловості та ресторанній справі.</p>
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	<p>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.</p> <p>Електронні навчальні курси дисциплін на освітньому порталі Moodle http://op.tsatu.edu.ua</p> <p>Електронний інституційний репозитарій elarTSATU - http://elar.tsatu.edu.ua</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Система ECTS з обсягом 1 кредиту 30 годин</p> <p>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/</p>

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
Обов'язкові компоненти ОП			
1. Цикл загальної підготовки			
ОК1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	екзамен
ОК2	Цифрова грамотність	5	диф. залік
ОК3	Безпека життєдіяльності та охорона праці	4	диф. залік
ОК4	Філософія	3	диф. залік
ОК5	Господарське 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	Фінанси підприємств	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 екзамнів
2. Цикл професійної підготовки			
ОК18	Маркетинг	6	екзамен
ОК19	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	екзамен
ОК20	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ОК21	Маркетингові дослідження	7	екзамен
ОК22	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен
ОК23	PR-технології	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
Практична підготовка			
OK32	Навчальна практика «Вступ до фаху»	4	диф. залік
OK33	Навчальна практика «Маркетингове ціноутворення»	4	диф. залік
OK34	Навчальна практика «Поведінка споживача»	4	диф. залік
OK35	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 здобувача			
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

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

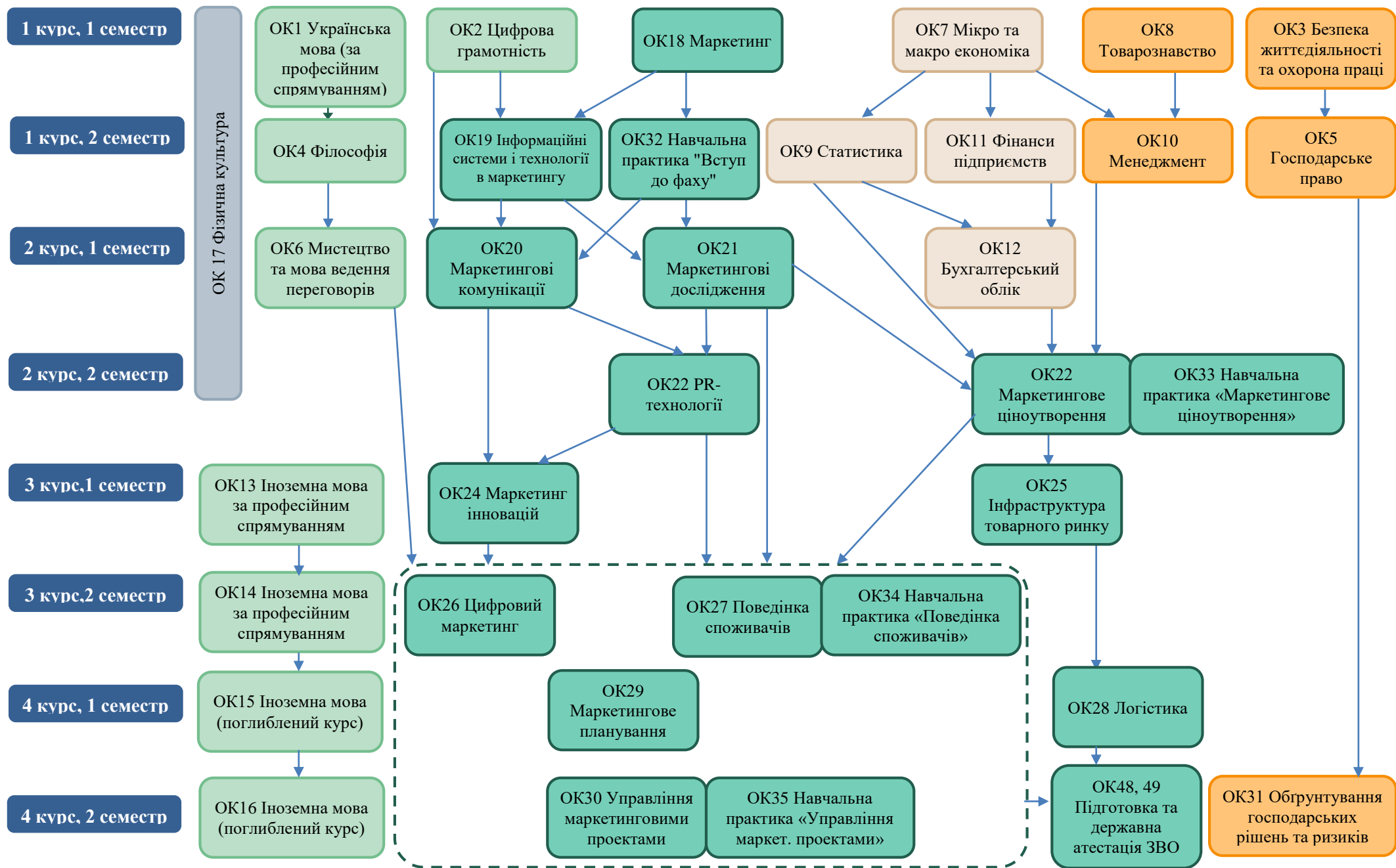


Рис. 1. Структурно-логічна схема ОПП за спеціальністю 075 «Маркетинг»

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, що відображають п'ятий та шостий рівень таксономії Блума: «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

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 навально-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 освітньо-професійної програми демонструється через відповідність:

- програмних результатів та компетентностей, визначених освітньо-професійною програмою (таблиця 5.1);
- програмних результатів навчання та освітніх компонент (таблиця 5.2);
- програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми (таблиця 5.3).

Таблиця 5.1

Матриця відповідності визначених освітньо-професійною програмою результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	ІК	Загальні компетенції												Спеціальні (фахові) компетентності																			
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14	ФК15	ФК16		
PH1	+						+									+	+											+				+	+
PH2	+			+			+	+	+	+								+									+			+	+	+	
PH3	+								+							+			+					+	+						+	+	
PH4	+								+	+								+			+	+								+	+	+	
PH5	+			+			+													+	+						+		+	+	+		
PH6	+			+			+	+	+									+	+	+	+								+	+	+		
PH7	+									+															+	+	+				+		
PH8	+			+	+		+	+								+			+				+	+			+		+	+			
PH9	+						+	+														+				+	+	+	+				
PH10	+								+	+	+							+										+	+				
PH11	+			+			+	+					+						+	+		+					+	+	+	+	+		
PH12	+				+			+				+						+		+													
PH13	+					+								+									+					+	+	+			
PH14	+				+	+		+				+						+											+				
PH15	+	+	+											+	+														+				
PH16	+				+		+								+			+	+										+	+	+		
PH17	+										+					+												+					
PH18	+	+	+											+																			
PH19	+				+			+	+	+					+	+		+	+						+	+				+	+		
PH20	+				+			+	+	+					+	+		+	+						+	+				+	+		
PH21	+						+	+	+						+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+			+	+		

Таблиця 5.3

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																					+		+								+		+	+	+	+	

Компете нт- ності	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK49		
ФК7																		+	+	+	+	+				+	+	+		+	+						+	
ФК8		+												+				+			+			+	+													
ФК9		+																							+									+	+	+	+	+
ФК10		+					+						+				+			+							+	+					+	+	+	+	+	
ФК11								+	+													+	+	+								+						
ФК12																		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	
ФК13																		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	
ФК14																		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	
ФК15								+										+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	
ФК16								+										+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	

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