

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор ВНТУ

Віктор БІЛЧЕНКО

Наказ ВНТУ №49 від 28.02.2023 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

Marketing

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Освітня кваліфікація	бакалавр маркетингу

Розглянуто та схвалено
на засіданні Вченої Ради ВНТУ
Протокол №8 від 28.02.2023 р.

Вінниця, 2023

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

ОПП Маркетинг

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 075 Маркетинг

Гарант ОПП

к.е.н., доцент, доцент кафедри ММЕ



Олена ШТОВБА

Директор Центру забезпечення
якості освіти ВНТУ



Олеся ВОЙТОВИЧ

Освітньо-професійну програму розглянуто та схвалено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та економіки;
протокол №8 від «06» грудня 2022 р.

Зав. кафедри

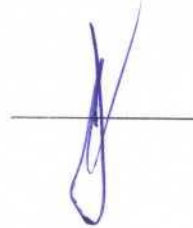


Наталія КАРАЧИНА

ОПП розглянуто після надходження всіх зауважень та пропозицій та схвалено на:

засіданні Вченої ради факультету менеджменту та інформаційної безпеки;
протокол №5 від «16» січня 2023 р.

Голова



Ірина СПІФАНОВА

засіданні Методичної ради ВНТУ,
протокол №7 від «27» лютого 2023 р.

Голова



Олександр ПЕТРОВ

ПРЕАМБУЛА

ОПП	Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Спеціальність	075 Маркетинг

Розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 –Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, наказ МОНУ №1343 від 05.12.2018 р.

РОЗРОБНИКИ

Гарант ОПП, доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та економіки, к.е.н., доцент

Олена ШТОВБА

Зав. кафедри менеджменту,
маркетингу та економіки, д.е.н.,
професор

Наталія КАРАЧИНА

Доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та економіки, к.е.н.

Лілія БЛАГОДИР

Освітньо-професійну програму розглянуто та схвалено на засіданні Студентської ради факультету менеджменту та інформаційної безпеки;

протокол №9 від «5» січня 2023 р.

Голова

Микола РИМАРЕНКО

РЕЦЕНЗІЇ-ВІДГУКИ РОБОТОДАВЦІВ

На освітньо-професійну програму надіслали рецензії та відгуки такі стейкхолдери:

Чаленко Д.А., голова правління ПрАТ «Вінницький олійно-жировий комбінат»;

Мартьянов М.П., заступник директора департаменту – начальник управління стратегічного розвитку, Департамент економіки та інвестицій Вінницької міської ради;

Сметанюк В.С., директор ТОВ «Сола-Р»;

Томашпольський О.С., директор ТОВ «Він Інтерактив»;

Никитенко О.Д., начальник відділу R&D ТОВ «Летішопс Україна».

Зміст

Вступ.....	5
1. Профіль освітньо-професійної програми.....	5
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність.....	12
3. Форми атестації здобувачів вищої освіти.....	16
4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.....	16
5. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма.....	17
Пояснювальна записка.....	18
Додаток А. Матриці відповідності.....	19

Вступ

Освітньо-професійна програма (далі – ОПП) підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена на базі стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» (наказ МОНУ №1343 від 05.12.2018 р.) у відповідності до місії та стратегії ВНТУ. Також враховано найкращі вітчизняні практики, зокрема проаналізовано усі ОПП зі спеціальності 075, які було акредитовано НАЗЯВО на поточний момент. Враховано також і досвід викладення маркетингу в таких провідних світових університетах, як Harvard University, University of Chicago, Massachusetts Institute of Technology, University of California-Berkeley, Princeton University, Columbia University та Stanford University. Взято до уваги прогнози та тенденції розвитку маркетингу та інші аналітичні матеріали і огляди від таких професійних спільнот та організацій, як Internet Marketing Association, Interbrand Corporation, Usman Group, Adloony та інших. Враховано відгуки роботодавців та думки студентів.

1 Профіль освітньо-професійної програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Вінницький національний технічний університет, кафедра менеджменту, маркетингу та економіки
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців
Цикл/рівень	6 рівень НРК України, перший цикл FQ-EHEA, 6 рівень EQF-LLL
Передумови	Повна загальна середня освіта або освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст» (ступінь «молодший бакалавр»)
Мова (и) викладання	Українська, англійська
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми 1703, дійсний до 01.07.2026
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://vntu.edu.ua/uk/information-for-enrollee/progmagbak.html
2 – Мета освітньої програми	
Формування збалансованої сукупності загальних та спеціальних компетентностей, які забезпечать ефективну та добросовісну маркетингову діяльність випускників, здатних до самоосвіти та саморозвитку в умовах цифрової трансформації економічних та соціальних відносин, з фокусуванням на маркетинговому супроводі підприємств регіону, зокрема аутсорсингових та продуктових ІТ-компаній.	

3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність – 075 «Маркетинг»
Об’єкт вивчення	маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів
Цілі навчання	підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма орієнтована на сутність маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний апарат, принципи, функції та концепції маркетингу; специфіку діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; розроблення маркетингових стратегій та комплексу маркетингових заходів, що враховують специфіку підприємств, прогнозування від ефекту маркетингової діяльності, ідентифікація ринків та прогнозування їх динаміки.
Методи, методика та технології	Загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
Інструменти та обладнання	Сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Оволодіння спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління маркетинговою діяльністю та виконання завдань маркетингового спрямування; формування у студентів навичок практичної аналітичної роботи в галузі прийняття маркетингових рішень, дослідження товарних ринків і управління маркетинговою стратегією компанії.
Особливості програми	Зосередженість на: 1) системній аналітиці маркетингового середовища; 2) інформаційних технологіях маркетингової діяльності; 3) прикладних задач маркетингового супроводу підприємств регіону, в т. ч. IT-компаній, які демонструють найстрімкіші темпи зростання; 4) англійських науково-освітніх ресурсах.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійна діяльність за такими назвами робіт: консультант з маркетингу, менеджер (управитель) з маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту

	(маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, агент рекламний, менеджер(управитель) з реклами, представник з реклами, рекламист, менеджер(управитель) зі зв'язків з громадськістю, фахівець зі зв'язків з громадськістю та пресою, економіст зі збуту, економіст із ціноутворення, менеджер (управитель)із збуту, організатор із збуту; самостійне працевлаштування та інші відповідно до Класифікатора професій ДК003:2010. Права випускників на працевлаштування не обмежуються.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Лекції, практичні заняття, курсові та контрольні роботи, самостійна робота на основі підручників, навчальних посібників, конспектів лекцій та масових відкритих онлайн курсів, консультації викладачів, наукові семінари, майстер-класи та тренінги практикуючих спеціалістів, елементи дистанційного (он-лайн, електронного) навчання, проходження практики на профільних підприємствах та в науково-дослідних установах, підготовка кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Методи оцінювання – екзамени, тести, практика, контрольні, курсові роботи, есе, презентації. Формативні (вхідне тестування та поточний контроль): тестування знань або умінь; усні презентації; аналіз текстів або даних; звіти про практику; огляд літератури тощо). Сумативні (підсумковий контроль): екзамен (письмовий з подальшим усним опитуванням); залік (за результатами формативного контролю).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	ЗК01. 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. ЗК02. 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. ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

	<p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК09. 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>Стандартні спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій</p>

	маркетингової діяльності.
Додаткові спеціальні компетентності	<p>СК15. Здатність проводити ефективну маркетингову діяльність в умовах цифрової трансформації економічних та соціальних відносин.</p> <p>СК16. Здатність здійснювати маркетинговий супровід діяльності підприємств регіону, зокрема аутсорсингових та продуктових ІТ-компаній.</p>
7 – Програмні результати навчання	
Стандартні	<p>РН01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН04. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН05. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>РН06. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>РН07. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>Р08. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>Р09. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p>

	<p>RH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>RH15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>RH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <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>
Додаткові	<p>RH19. Вміти будувати конкурентну карту, визначати структуру та динаміку ринку для моделювання його розвитку.</p> <p>RH20. Знати та вміти використовувати сучасні інструменти промислового маркетингу та маркетингу послуг.</p> <p>RH21. Знати специфіку маркетингової діяльності в умовах цифрової трансформації суспільства.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Кадрове забезпечення ОПІ формується, в основному за рахунок кафедри менеджменту, маркетингу та економіки. До викладання дисциплін залучаються також інші кафедри факультету менеджменту та інформаційної безпеки, і університету. Усі викладачі за своєю академічною або професійною кваліфікацією відповідають дисциплінам, за якими вони проводять заняття. Відповідність визначається згідно до «Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, в тому числі включає в себе навчальні аудиторії та спеціалізовані кабінети, лабораторії, центри, зали, зокрема Кабінет розробки наукових студентських бізнес-проектів команди SIFE (Enactus) ВНТУ, Центр культурології, Старт-ап школа «Sikorsky Challenge ВНТУ», які направлені на здобуття спеціальних (фахових) компетентностей, оволодіння практичним навичками у сфері маркетингу та формування софт-скілів. Здобувачі освіти забезпечені гуртожитком. Наявна розгалужена соціально-побутова та спортивна інфраструктура.</p>

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності включає в себе бібліотечні ресурси, електронні навчальні ресурси, сайт ВНТУ та сайт кафедри, на яких розміщена основна інформація щодо освітньої діяльності за ОП. Університет надає доступ до мережі Wi-Fi та Інтернет, впроваджена інформаційна система підтримки освітнього процесу JetIQ, забезпечено доступ до наукометричних баз даних Scopus, Web of Science Core Collection.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється на підставі укладення угод про співробітництво між ВНТУ та закладами вищої освіти України з перерахуванням кредитів ЄКТС.
Міжнародна кредитна мобільність	Здійснюється на підставі укладання угод між ВНТУ та групою закладів вищої освіти різних країн за узгодженими та затвердженими у встановленому порядку індивідуальними навчальними планами студентів та програмами навчальних дисциплін, а також в межах міжурядових угод про співробітництво в галузі освіти, міжнародних проектів, в яких ВНТУ бере участь, грантів тощо.
Навчання іноземців	За освітньою програмою не передбачено навчання іноземних здобувачів вищої освіти

2 Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Коди	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ				
Загальні				
1.1	ОК 1	Історія та культура України	3	залік
1.2	ОК 2	Філософія	3	залік
1.3	ОК 3	Основи політології та права	3	залік
1.4	ОК 4	Українська мова за професійним спрямуванням	3	залік
1.5	ОК 5	Іноземна мова за професійним спрямуванням	8	залік
1.6	ОК 6	Етика та психологія ділових відносин	3	залік
1.7	ОК 7	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	залік
1.8	ОК 8	Соціологія	3	іспит
1.9	ОК 9	Вища математика	11	іспит
Професійні				
1.10	ОК 10	Статистика	7	іспит
1.11	ОК 11	Інформаційні системи і технології	4	іспит
1.12	ОК 12	Економічна теорія	9	іспит
1.13	ОК 13	Основи організації бізнесу	3	іспит
1.14	ОК 14	Бізнес-комунікації	3	залік
1.15	ОК 15	Фінанси	3	залік
1.16	ОК 16	Менеджмент	4	іспит
1.17	ОК 17	Маркетинг в інформаційному суспільстві	4	іспит
1.18	ОК 18	Управління конкурентним середовищем	4	іспит
1.19	ОК 19	Економіка праці	3	іспит
1.20	ОК 20	Основи науково-дослідної роботи	4	залік
1.21	ОК 21	Вступ до фаху	3	залік
1.22	ОК 22	Маркетингова товарна політика	4	іспит
1.23	ОК 23	Маркетингова цінова політика	4	іспит
1.24	ОК 24	Маркетингові комунікації	4	іспит
1.25	ОК 25	Предиктивна аналітика	3	іспит
1.26	ОК 26	Маркетинг (з курсовою роботою)	7	іспит
1.27	ОК 27	Міжнародний маркетинг (з курсовою роботою)	5	іспит
1.28	ОК 28	Маркетинг інновацій	4	залік
1.29	ОК 29	Ринкова аналітика (з курсовою роботою)	5	іспит
1.30	ОК 30	Теорія галузевих ринків	3	залік
1.31	ОК 31	Маркетинг промислового підприємства (з курсовою роботою)	7	іспит
1.32	ОК 32	Маркетингові дослідження (з курсовою роботою)	7	іспит
1.33	ОК 33	Маркетингове та бізнес-планування	4	іспит
1.34	ОК 34	Інтернет-маркетинг (з курсовою роботою)	5	іспит
1.35	ОК 35	Поведінка споживача	3	іспит
1.36	ОК 36	Виробнича практика	9	залік
1.37	ОК 37	Переддипломна практика	4,5	залік
1.38	ОК 38	Бакалаврська кваліфікаційна робота	10,5	
Загальний обсяг обов'язкових компонент			180	

Код н/д	Коди	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ЗА ВЛЬНИМ ВИБОРОМ СТУДЕНТА				
Загальні				
2.1	ВК 1	Освітній компонент з гуманітарної та філософської підготовки з БДВВ	3	залік
2.2	ВК 2	Освітній компонент з суспільно-політичної підготовки з БДВВ	3	залік
2.3	ВК 3	Освітній компонент з природничих наук з БДВВ	3	залік
2.4	ВК 4	Освітній компонент підготовки з іноземної мови з БДВВ	3	залік
Професійні				
2.5	ВК 5	Освітній компонент 1 з БДВВ	5	залік
2.6	ВК 6	Освітній компонент 2 з БДВВ	5	залік
2.7	ВК 7	Освітній компонент 3 з БДВВ	5	залік
2.8	ВК 8	Освітній компонент 4 з БДВВ	5	залік
2.9	ВК 9	Освітній компонент 5 з БДВВ	5	залік
2.10	ВК 10	Освітній компонент 6 з БДВВ	5	залік
2.11	ВК 11	Освітній компонент 7 з БДВВ	6	залік
2.12	ВК 12	Освітній компонент 8 з БДВВ	5	залік
2.13	ВК 13	Освітній компонент 9 з БДВВ	3	залік
2.14	ВК 14	Освітній компонент 10 з БДВВ	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонент			60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ЗА ПЛАНОМ			240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Структурно-логічна схема наведена нижче у формі матриці суміжності. На матриці вказані лише обов'язкові компоненти, які занумеровано відповідно до підрозділу 2.1. Рядок та стовпчик з номерами компонентів виділено заливкою. В чарунці символ «+» вказує на вплив освітнього компонента з рядка матриці на освітній компонент у відповідному стовпчику матриці. Наприклад, перший рядок стосується обов'язкового освітнього компонента 1 – дисципліна «Історія та культура України», що вивчається в першому семестрі. В першому рядку є чотири символи «+», які вказують, що знання цієї дисципліни застосовуються під час вивчення компонента 4 в другому семестрі, компонента 2 в третьому семестрі, компонента 3 в п'ятому семестрі та компонентів 35, 37 та 38 у восьмому семестрі.

Для компактності вибіркві компоненти в матриці не наведено. Вони розподілені за семестрами таким чином:

у семестрі 3 – дисципліна гуманітарної та філософської підготовки та професійна вибіркві дисципліна 1;

у семестрі 4 – дисципліна суспільно-політичної підготовки та професійні вибіркві дисципліни 2 і 10;

у семестрі 5 – дисципліна гуманітарної та філософської підготовки та професійні вибіркві дисципліни 3 і 4;

у семестрі 6 – дисципліна суспільно-політичної підготовки та професійні вибіркві дисципліни 5 і 6;

у семестрі 7 – професійні вибіркві дисципліни 7 і 8;

у семестрі 8 – професійні вибіркві дисципліни 9.

3 Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Вимоги до кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.

Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті Вінницького національного технічного університету.

Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4 Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У ВНТУ функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ВНТУ, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та

забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

5 Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18).

2. Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. [URL:http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19).

3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017) // База даних «Законодавство України» / ВР України. [URL:http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10](http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10).

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п).

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017) // База даних «Законодавство України» / ВР України. [URL:http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п).

6. Стандарт вищої освіти підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 – Маркетинг. К.: МОНУ. 2018. 13 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>

7. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвержене Наказом Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2019 року № 977. Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 08 серпня 2019 р. за №880/33851. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-19>.

8. Положення про розроблення та супроводження освітніх програм. Вінницький національний технічний університет. URL: <https://vntu.edu.ua/uploads/2020/pop.pdf>

Пояснювальна записка

Освітньо-професійна програма містить програмні компетентності, що визначають специфіку підготовки бакалаврів зі спеціальності 075«Маркетинг» та програмні результати навчання, які виражають те, що студент повинен знати, розуміти та бути здатним виконувати після успішного завершення освітньої програми. В таблицях 1-4 наведені матриці відповідності визначених освітньою програмою результатів навчання (компетентностей) та освітніх компонентів.

Вибіркові компоненти студенти обирають самостійно із банку дисциплін вільного вибору, який затверджується Вченою радою ВНТУ кожного навчального року відповідно до Положення про вільний вибір навчальних дисциплін студентами ВНТУ <https://iq.vntu.edu.ua/repository/getfile.php/1027.pdf>

Обговорення змісту освітньої програми або можливості використання матеріалів освітньої програми поза освітнім простором ВНТУ здійснюється з гарантом – Штовбою Оленою Валеріївною, olenashtovba@vntu.edu.ua.

Матриця забезпечення програмних результатів навчання обов'язковими освітніми компонентами

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	OK 32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38		
PH01												+								+	+						+			+							+	+	+	
PH02									+			+	+						+							+				+	+		+	+					+	+
PH03													+					+										+					+		+			+	+	+
PH04								+			+				+	+	+		+			+	+						+			+	+				+	+	+	
PH05								+				+						+					+	+		+	+	+								+		+	+	
PH06										+		+			+						+				+	+					+						+	+	+	
PH07											+			+				+					+			+						+		+			+	+	+	
PH08														+							+			+			+						+		+			+	+	
PH09								+	+	+		+			+	+		+					+			+						+						+	+	
PH10						+							+		+	+								+	+			+									+	+	+	
PH11				+				+						+				+					+			+										+		+	+	
PH12		+																	+																			+	+	+
PH13			+				+						+			+			+								+											+	+	+
PH14						+							+									+			+													+	+	+
PH15	+	+	+			+		+																														+	+	+
PH16										+	+										+	+					+											+	+	+
PH17				+	+									+														+				+						+	+	+
PH18	+		+			+	+													+																		+	+	+
PH19																			+								+				+								+	+
PH20					+																	+								+	+							+	+	
PH21											+							+						+								+			+			+	+	

