

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА МАРКЕТИНГ

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

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Голова Вченої ради _____ д.т.н. проф. В.М. Кюрчев
Протокол №10 від 28 травня 2020 р.

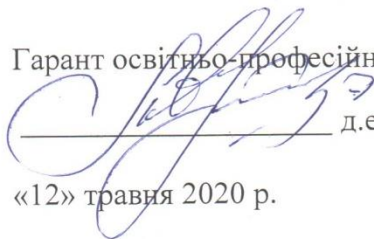


Освітньо-професійна програма вводиться в дію з 01.07.2020 р.
Ректор _____ д.т.н. проф. В.М. Кюрчев
(наказ № від ____ травня 2020р.)

Мелітополь, 2020 р.

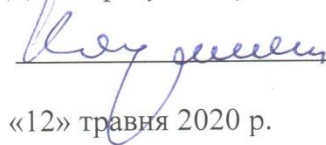
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Гарант освітньо-професійної програми


_____ д.е.н., проф. Д.Г. Легеза

«12» травня 2020 р.

Декан факультету економіки та бізнесу


_____ к.е.н., доцент С.В. Карман

«12» травня 2020 р.

Проректор з науково-педагогічної роботи


_____ к.т.н., доцент О.П. Ломейко

«12» травня 2020 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму модернізовано відповідно до Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» № 960 від 10.07.2019р

Розробники освітньо-професійної програми:

Легеца Дарья Георгіївна – гарант освітньо-професійної програми, керівник проектної групи, 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;

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

Коноваленко Анастасія Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Славова Ірина Михайлівна – голова комунальної установи «Агенції розвитку Мелітополя» Мелітопольської міської ради Запорізької ради;

Єрмак Олександр Юрійович – начальник відділу маркетингу ГК «Турбоком»;

Стукал Данило Сергійович – начальник відділу маркетингу ТОВ «SWAG»;

Руденко Катерина Георгіївна – керівник програм з інновації та підприємництва Міжнародного навчального центру проекту Машав Кармель імені Голди Меїр, Ізраїль;

Блюмська Анастасія Олександрівна – маркетинголог українського бізнес проекту розвитку плодоовочівництва;

Месель-Веселяк Віктор Якович – доктор економічних наук, професор, академік НААН України, заслужений діяч науки і техніки України, начальник відділу економіки та прогнозування ННЦ «Інститут аграрної економіки»;

Керимова Укіляй Керимівна – д.е.н., професор, академік Казахської сільськогосподарської академії, професор кафедри менеджменту і організації агробізнесу, начальник управління стратегічного розвитку Казахського національного аграрного університету (Казахстан);

Вей Фен - доктор економічних наук, професор Північно-Західний університет сільського та лісового господарства, Китай;

Буднікевич Ірина Михайлівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедрою маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету;

Лишенко Маргарита Олександрівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету.

Розглянуто на засіданні кафедри маркетингу ТДАТУ
Протокол №14 від «25» квітня 2020 р.

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу ТДАТУ
Протокол № 8 від «26» травня 2020 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 з маркетингу (Master of Marketing)
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 6 місяців
Наявність акредитації	Наказ МОН України №13 від 18.01.18
Цикл / рівень програми	QF for ENEA – другий цикл, EQF for LLL – 7 рівень; НРК України – 8 рівень
Передумови	Абітурієнт 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	1.07.2020 – 01.03.2023
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 кваліфікованих фахівців у сфері маркетинг, які володіють інноваційним способом мислення та професійно-орієнтованими навиками щодо управління маркетинговою діяльністю і здатні виконувати функції маркетингового менеджменту.	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань)	07 – Управління та адміністрування
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої	Спеціальна в галузі 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг». Акцент програми

програми та спеціалізації	робиться на сучасних знаннях в маркетингу сфері аграрного бізнесу Ключові слова: маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг, рекламний менеджмент, бренд менеджмент, інноваційний маркетинг
Особливості програми	Програма передбачає використання сучасних інформаційних технологій з аграрного маркетингу в освітньому процесі. В рамках програми є обов'язковою виробнича практика на підприємствах сфери АПК та рітейлінга харчовими продуктами
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), 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 з 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>2419.1 – молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва);</p> <p>1476.1 – менеджер (управитель) з реклами;</p> <p>1475.4 – менеджер (управитель) із збуту;</p> <p>3419 – організатор із збуту;</p> <p>2310.2 – викладач вищого навчального закладу;</p>
Продовження освіти	Магістр із спеціальності «Маркетинг» має право продовжити навчання в аспірантурі, на третьому (PhD) освітньо-науковому рівні

5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання здійснюється на основі студентоцентрованого 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). Система надання інформації проходить за допомогою інформаційної платформи MOODLE, на якій розміщені конспект лекцій, завдання для виконання практичних занять та самостійної роботи.
Оцінювання	<p>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти з кожної дисципліни здійснюється на основі проведення кредитно-модульних контрольних заходів, які включають поточний, підсумкові модульний та семестровий контролю знань відповідно до «Положення про оцінювання знань студентів в ТДАТУ». Оцінювання самостійної роботи студента відбувається шляхом перевірки умінь та навичок самостійного виконання завдань, що були видані викладачем.</p> <p>Поточний контроль проводиться у формі тестів, контрольних робіт, розв'язання практичних завдань, виконання індивідуальних робіт, розв'язання виробничих ситуацій (кейсів) тощо.</p> <p>Семестровий контроль проводиться у формі екзамену або диференційованого заліку. Екзамен проводиться у письмовій формі з усним поясненням на основі розробленого пакету екзаменаційних білетів.</p> <p>Після завершення семестрового контролю з дисципліни оцінка здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни за 100-бальною шкалою (так же й оцінки за виконання інших видів навчальної роботи) переводиться у національні оцінки («Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно») та оцінки ЄКТС («А», «В», «С», «D», «E», «FX», «F»). Звіт з виробничої практики прилюдно захищається здобувачем (з диференційованою оцінкою).</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

	<p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності	<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> <p>ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>ФК10 Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК11 Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти.</p>
7- Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти спеціальності	<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</p>

	<p>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 проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти 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, проєктів і програм.</p> <p>РН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>РН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>РН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
<p>Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти</p>	<p>РН16. 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>РН17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів</p>

	<p>PH18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.</p> <p>PH 19. Володіти сучасними інноваційними технологіями в сфері маркетингу із застосуванням програмного забезпечення та застосувати сучасні інноваційні підходи аналізу маркетингової діяльності;</p> <p>PH 20. Використовувати на практиці інноваційні види маркетингу (нейромаркетинг, соціальний маркетинг, когнітивний маркетинг, тощо)</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, програмні продукти
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний сайт ТДАТУ електронні навчальні курси дисциплін на освітньому порталі Moodle http://op.tsatu.edu.ua ; наукова бібліотека ТДАТУ http://www.tsatu.edu.ua/biblioteka/ , методичні кабінети кафедр, сайт факультету економіки та бізнесу http://feb.tsatu.edu.ua/ , сайт кафедри маркетингу http://feb.tsatu.edu.ua/faculty/department-of-marketing/ , сайти кафедр, точки бездротового доступу до мережі Інтернет; наявність доступу до баз даних Scopus та Web of science, необмежений доступ до мережі Інтернет.
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	Можлива реалізація програм подвійного диплому, програм Стажування та наукове співробітництво на основі двосторонніх договорів між ТДАТУ та навчальними закладами Німеччини, Польщі, Франції, США, Китаю, Білорусі, Болгарії, Казахстану, Угорщини та інших країн http://www.tsatu.edu.ua/vmz/partnery-universytetu/
Навчання іноземних здобувачів ВО	Можливе у межах ліцензійного обсягу спеціальності після вивчення курсу української мови

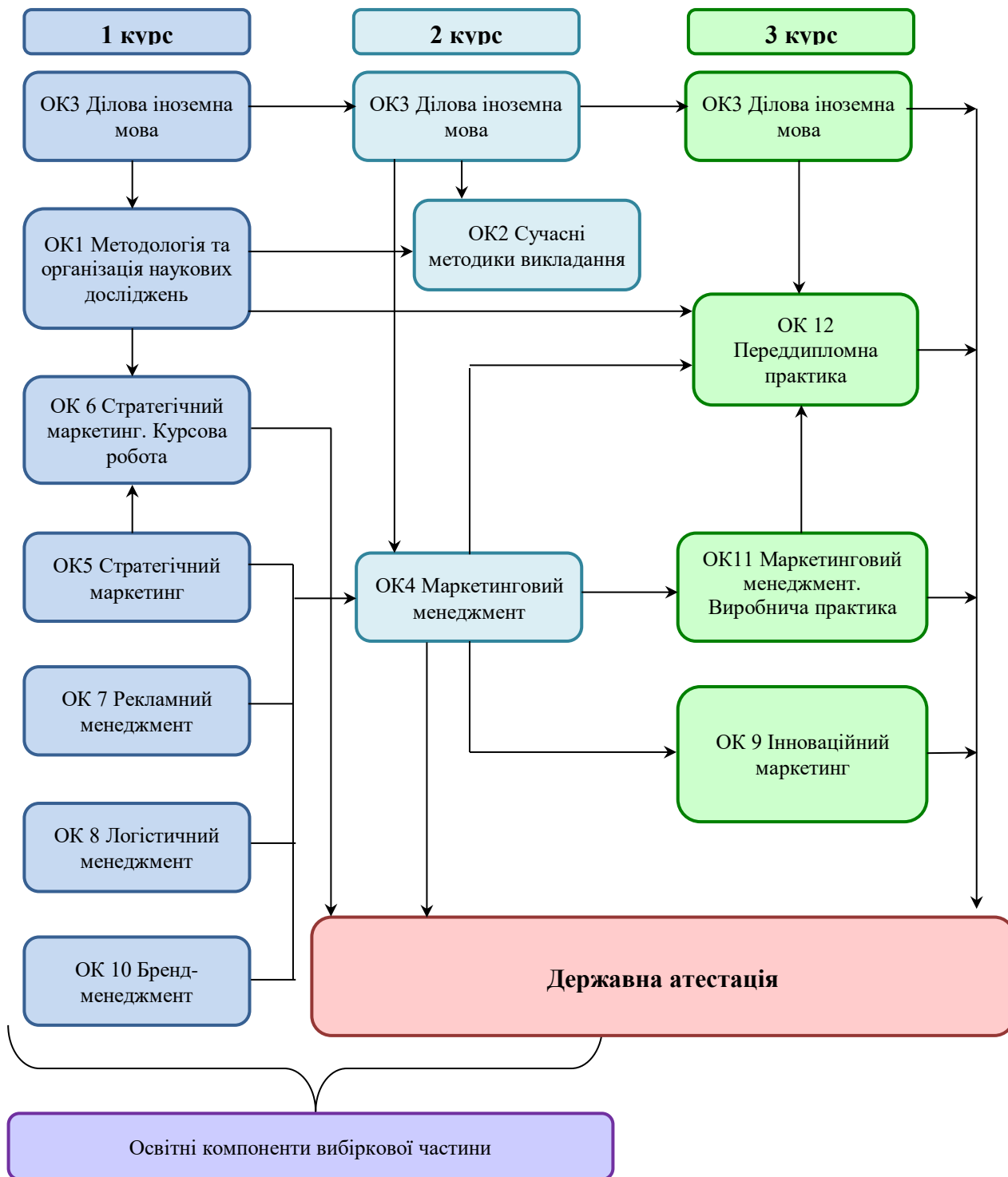
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
OK1	Методологія та організація наукових досліджень	5	Диф залік
OK2	Сучасні методики викладання	5	Екзамен
OK3	Ділова іноземна мова	6 (по 2 кредиту кожного семестру)	Диф залік, Екзамен
<i>Всього за циклом загальної підготовки</i>		16	
ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
<i>Обов'язкові дисципліни</i>			
OK4	Маркетинговий менеджмент	6	Екзамен
OK5	Стратегічний маркетинг	7	Екзамен
OK6	КР Стратегічний маркетинг	1	Захист
OK7	Рекламний менеджмент	5	Екзамен
OK8	Логістичний менеджмент	5	Диф залік
OK9	Інноваційний маркетинг	5	Екзамен
OK10	Бренд-менеджмент	5	Екзамен
<i>Всього</i>		34	
<i>Практики</i>			
OK11	Виробнича практика «Маркетинговий менеджмент»	6	Диф залік
OK12	Переддипломна практика	4	Диф залік
<i>Всього</i>		10	
<i>Всього за циклом професійної підготовки</i>		44	
ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИБОРОМ СТУДЕНТА			
BK1	Майнор «Фахова комунікація» («Контракти та переговори», «Мистецтво створення презентацій», «Ораторське мистецтво»)	6	Диф залік
BK2	Майнор «Політика розподілу товарів» («Маркетингова політика розподілу», «Логістичний менеджмент», «Менеджмент ланцюгів постачання»)	5	Диф залік
BK3	Майнор «Підприємництво та торгівля» («Організація малого бізнесу», «Управління бізнес проектами», «Стратегія	4	Диф залік

	підприємства»		
ВК4	Майнор «Управлінський облік» («Інформаційні облікові системи», «Управління торгівлею та складом», «Управління ланцюгами доданої вартості»)	4	Диф залік
ВК5	Майнор «Правознавство» («Господарське право», «Захист прав споживачів», «Стандартизація НАССР»)	4	Диф залік
Всього дисциплін за вибором студента		23	
ІНШІ СКЛАДОВІ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ			
	Виконання кваліфікаційної роботи	6	
	Публічний захист кваліфікаційної роботи	1	Захист
Всього за іншими складовими		7	
Разом за обов'язковою частиною підготовки		60	
Разом за вибірковою частиною підготовки		23	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	11 диф. заліків, 8 екзаменів, 2 захисти

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



3 Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Відповідно до державного стандарту атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат. Кваліфікаційна робота до захисту розміщується у репозитарії ТДАТУ 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

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

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) регламентується відповідно до Положення «Про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Таврійському державному агротехнологічному університеті імені Дмитра Моторного» (наказ № 241-ОД від 31 жовтня 19).

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

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти передбачає здійснення наступних процедур і заходів для

забезпечення якості освіти здобувачів, що навчаються за освітньою програмою другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»:

- моніторинг системи менеджменту якості освіти в університеті;
- періодичний перегляд освітньої програми, який відбувається за результатами моніторингу за участю групи забезпечення спеціальності, стейкхолдерів, відділу моніторингу якості освітньої діяльності щорічно наприкінці навчального року та оформлюється відповідними протоколами відповідно до діючого законодавства;
- онлайн-опитування, анкетування стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, випускників, роботодавців, викладачів, що викладають на ОПП, тощо) щодо якості освітньої програми та організації освітнього процесу на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschoji-osvity/onlajn-opytuvannja-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;
- розміщення аналітичних звітів щодо результатів опитування стейкхолдерів з пропозиціями групи забезпечення спеціальності щодо підвищення якості освіти за даною ОПП на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/nmc/viddil-monitorynhu-jakosti-osvitnoji-dijalnosti/monitorynh-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;
- аналіз відгуків керівників навчальних та виробничих практик, відгуків здобувачів вищої освіти щодо якості професійної підготовки та організації навчання протягом проведення практики;
- самоаналіз відповідності підготовки фахівців до нормативно-правових актів і документів, існуючого стандарту вищої освіти, ліцензійних і акредитаційних вимог;
- періодичний аналіз успішності здобувачів вищої освіти та якості знань (протягом проведення підсумково-модульних контролів, по завершенню семестру, протягом навчального року за окремими завданнями та розділами кваліфікаційної роботи);
- оцінювання результатів незалежного заміру знань здобувачів з дисципліни напередодні екзамену та перевірки залишкових знань студентів за тестовими або розрахунковими завданнями після складання сесії (за рішенням Науково-методичного центру ТДАТУ);
- оцінювання досягнень науково-педагогічних працівників по завершенню навчального року, що здійснюється відповідно до Положення «Про рейтингове оцінювання НПП ТДАТУ» (відповідно до затверджених критеріїв та результатів опитування студентів щодо якості викладання дисципліни (відповідно до розробленого опитування НМЦ). Результати оцінювання, їх моніторинг оприлюднюється на веб-сайті університету та кафедри маркетингу;
- регулярне підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників, що забезпечують освітній процес за програмою, яке спрямоване на посилення практичної складової шляхом проходження довгострокових стажувань на підприємствах, установах, організаціях, участі у міжнародних

проектах, грантових програмах;

- залучення молодих викладачів до роботи Вищої школи педагогічної майстерності, яку спрямовано на вивчення та ознайомлення з сучасними інноваційними технологіями навчання й виховання;

- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу (матеріально-технічна база, навчально-методичне та інформаційне забезпечення, освітній портал MOODLE), що відповідає ліцензійним вимогам;

- використання інформаційних систем для ефективного управління освітньою діяльністю: сучасні Інтернет платформи (Kahoot, Mentimeter, Prezi, Canva, Picktochart, easyly, TED), контролю поточної успішності «Osvita», електронних навчальних курсів дисциплін на освітньому порталі MOODLE, Web-сайту Наукової бібліотеки з репозитарієм;

- розміщення інформації про освітню програму для можливості публічного перегляду, громадського обговорення, інформування про зміни в освітній програмі на веб-сайті університету;

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

- регулярні анонімні онлайн-опитування здобувачів вищої освіти та роботодавців щодо дотримання норм академічної доброчесності та якості підготовки спеціалістів на веб-сайті університету <http://www.tsatu.edu.ua/vnutrishnja-systema-zabezpechennja-jakosti-vyschoji-osvity/onlajn-opytuvannja-stejkholderiv-schodo-jakosti-osvity/>;

- всі кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти, наукові та навчальні праці науково-педагогічних працівників ТДАТУ перевіряються на предмет академічного плагіату.

5. Пояснювальна записка щодо відповідності складових ОПП

Узгодженість складових елементів освітньо-професійної програми демонструється через відповідність:

- компетентностей освітньо-професійної програми дескрипторам Національної рамки кваліфікацій (таблиця 1);

- програмних результатів та компетентностей, визначених освітньо-професійною програмою (таблиця 2);

- програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми (таблиця 3);

- програмних результатів навчання та освітніх компонент (таблиця 4).

Таблиця 1

**Матриця відповідності компетентностей освітньо-професійної програми
дескрипторам Національної рамки кваліфікацій**

Класифікація компетентностей за НРК	Дескриптори НРК			
	Знання ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	Уміння УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	Комунікація К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
Загальні компетентності - 8				
ЗК1		УМ1	К1	А В1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Фахові компетентності - 11				
ФК1	ЗН1	УМ1		АВ3
ФК2	ЗН2			АВ3
ФК 3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
ФК 4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
ФК 5	ЗН1	УМ2		АВ1
ФК 6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ФК 7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
ФК 8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
ФК 9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
ФК 10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
ФК 11			К1	АВ2

Таблиця 2

**Матриця відповідності програмних результатів та компетентностей,
визначених освітньо-професійною програмою**

Програмні результати навчання	Компетентності																				
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Фахові компетентності											
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	
PH1	+									+	+							+			
PH2	+	+	+							+	+							+			
PH3	+	+					+		+			+		+							
PH4	+	+	+		+										+	+	+				
PH5	+						+		+		+	+								+	
PH6	+	+							+	+					+		+				
PH7	+		+	+									+	+	+		+				
PH8	+		+			+							+							+	
PH9	+	+								+			+		+		+				
PH10	+	+	+												+	+	+				
PH11	+						+							+	+	+	+				
PH12	+	+							+					+		+	+				
PH13	+	+		+										+	+	+	+				
PH14	+				+	+									+		+				
PH15	+						+				+	+		+		+					
PH16	+						+			+	+	+						+			
PH17	+			+	+	+	+													+	
PH18	+				+	+														+	
PH19	+			+	+					+		+			+	+	+		+	+	
PH20	+	+		+	+		+			+					+	+	+		+	+	

Таблиця 4

Матриця відповідності програмних результатів навчання та 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	ОК 11	ОК 12
РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	+	+			+	+			+			
РН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	+	+							+			
РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.		+			+	+	+	+		+		
РН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.				+	+	+					+	+
РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.	+	+	+	+	+	+					+	+
РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.				+	+	+	+	+		+	+	+
РН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.				+			+			+	+	+
РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	+		+				+					
РН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.				+	+	+	+	+		+	+	+
РН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.				+	+	+	+	+		+	+	+
РН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.					+	+	+	+		+		
РН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.				+	+	+					+	+
РН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.				+			+	+		+	+	+
РН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.				+			+	+		+	+	+
РН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
РН16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням	+	+							+			

положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження;												
РН17. Вміти оприлюднити результати власних наукових досліджень у фаховому середовищі та презентувати їх із застосуванням сучасних технічних засобів	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
РН18. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.		+										
РН 19. Володіти сучасними інноваційними технологіями в сфері маркетингу із застосуванням програмного забезпечення та застосувати сучасні інноваційні підходи аналізу маркетингової діяльності;		+			+		+	+	+	+		+
РН 20. Використовувати на практиці інноваційні види маркетингу (нейромаркетинг, соціальний маркетинг, когнітивний маркетинг, тощо)		+			+		+	+	+	+		+

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://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2017. №38-39. Ст. 380. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
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://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>
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: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
5. Національна рамка кваліфікацій : *Постанова Кабінету Міністрів України* від 23.11.2011 №1341 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF#Text>.
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://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text>
7. Положення про освітню програму в ТДАТУ. 2020. <http://www.tsatu.edu.ua/nmc/wp-content/uploads/sites/52/polozhennja-pro-osvitni-prohramy-v-tdatu-2020-zatv.-1-2.pdf>
8. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf

Гарант освітньо-професійної програми



Д.Г. Легеза