

Коледж Вищого навчального закладу  
«Київський університет ринкових відносин»

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**Фахової передвищої освіти**

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ: 07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ: 075 Маркетинг

КВАЛІФІКАЦІЯ: фаховий молодший бакалавр

Затверджено Вченою радою

Голова Вченої ради

І.В. Черевань

(протокол № 1 від 31 серпня 2022 р.)



Освітня програма вводиться в дію  
з 01 вересня 2022 р.  
(наказ № 16 від 01 вересня 2022 р.)

КИЇВ 2022

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентності, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці фахових молодших бакалаврів у галузі 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг.

Розроблено на основі Стандарту фахової передвищої освіти: освітньо-професійний ступінь – фаховий молодший бакалавр, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 22.06.2021 р. № 703.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою випускової циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» у складі:

### КЕРІВНИК РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Бородіна О.М. – к.е.н., доцент, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин»



(підпис)

### ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Зіміна А.І. – к.е.н., доцент, голова циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин»



(підпис)

Ланіна О.В. – викладач циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин»



(підпис)

Богославець О.І. – к.е.н., доцент, викладач циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин»



(підпис)

### Погоджено:

Жарков О.М. генеральний директор приватної фірми «Анжіо»;

Белова О.М. директор громадської організації «Соціальна взаємодія. Ініціативи. Творчість. Інновації».

Освітньо-професійна програма фахової передвищої освіти «Маркетинг» підготовки фахових молодших бакалаврів галузі 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг схвалена науково-методичною радою університету та затверджена Вченою радою ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» (протокол № 1 від 31 серпня 2022 р.).

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін у освітню програму регулюється Положенням про освітні програми підготовки фахівців різних ступенів вищої освіти у ВНЗ «Київський університет ринкових відносин».

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин».

**1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»  
фахової передвищої освіти зі спеціальності  
075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу фахової передвищої освіти</b>	Вищий навчальний заклад «Київський університет ринкових відносин» Коледж Вищого навчального закладу «Київський університет ринкових відносин»
<b>Освітньо-професійний</b>	Освітньо-професійний
<b>Освітня кваліфікація Фаховий молодший бакалавр з маркетингу</b>	Освітня кваліфікація Фаховий молодший бакалавр з маркетингу
<b>Професійна кваліфікація</b>	-
<b>Кваліфікація і дипломи</b>	Освітньо-професійний ступінь – Фаховий молодший бакалавр  Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
<b>Рівень кваліфікації згідно з Національною рамкою кваліфікацій</b>	Освітньо-професійний ступінь фахового молодшого бакалавра відповідає 5 рівню Національної рамки кваліфікацій
<b>Офіційна назва освітньо-професійної програми</b>	Маркетинг
<b>Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня фахового молодшого бакалавра</b>	120 кредитів ЄКТС Термін навчання за денною формою здобуття освіти: - на основі повної загальної середньої освіти (профільна середня освіта) – 2 роки. - на основі базової середньої освіти – 3 роки. На основі базової середньої освіти здобувачі фахової передвищої освіти зобов'язані одночасно виконати освітню програму профільної середньої освіти, тривалість здобуття якої становить два роки. Освітня програма профільної середньої освіти професійного спрямування, що відповідає галузі знань та/або спеціальності, інтегрується з освітньо-професійною програмою фахового молодшого бакалавра. Мінімум 50 % обсягу освітньо-професійної програми має бути спрямовано на досягнення результатів навчання за спеціальністю, визначених Стандартом фахової передвищої освіти.
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитацію освітньо-професійної програми передбачена у 2022/2023 н.р.
<b>Термін дії освітньо-професійної програми</b>	3 роки
<b>Вимоги до осіб, які можуть розпочати навчання за програмою</b>	Базова середня освіта (з одночасним виконанням освітньої програми профільної середньої освіти, тривалість

	здобуття якої становить два роки); повна загальна середня освіта (профільна середня освіта); професійна (професійно-технічна) освіта; фахова передвища освіта; вища освіта.
<b>Мова навчання</b>	Українська
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення освітньо-професійної програми</b>	Освітня програма «Маркетинг» рівня освіти «фаховий молодший бакалавр» розміщена на офіційному сайті навчального закладу: <a href="http://kumr.edu.ua">http:// kumr.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньо-професійної програми</b>	
Метою освітньо-професійної програми є формування теоретичних знань і практичних навичок з маркетингових досліджень, набуття компетентностей з сучасних методів та інструментів маркетингу, вміння вирішувати типові задачі з маркетингової діяльності.	
<b>3 – Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань)</b>	<b>Об'єкт вивчення та/або діяльності:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <b>Цілі навчання:</b> підготовка фахівців, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності. <b>Теоретичний зміст предметної області:</b> 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. <b>Методи, методика та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
<b>Орієнтація програми</b>	Освітньо-професійна, фундаментальна, прикладна. Програма базується на адаптації та впровадженні в професійну діяльність знань майбутніми фахівцями з маркетингу, здатних вирішувати типові задачі маркетингової діяльності.
<b>Основний фокус програми та спеціалізації</b>	Спеціальна освіта та професійна підготовка щодо володіння сучасними методами та інструментами управління підприємством в мовах конкуренції та невизначеності. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження,

	ринкова конкуренція, товар.
<b>Особливості програми</b>	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для вміння організувати маркетингову діяльність на підприємствах та здійснювати маркетингові дослідження. Її особливості полягають у комплексному використанні різноманітних методів організації і здійснення навчально-пізнавальної діяльності здобувачів фахової перед вищої освіти, що сприяють розвитку творчих засад особистості майбутнього фахівця з урахуванням індивідуальних особливостей учасників освітнього процесу.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій за ДК 003:2010 на таких первинних посадах: 341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі 3411 Дилери 3411 Маклер біржовий 3413 Торговець (власність) 3415 Технічні та торговельні представники 3415 Агент 3415 Агент комерційний 3415 Агент торговельний 3415 Комівояжер 3415 Мерчендайзер 3419 Організатор із збуту 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів 3421 Торговельний брокер (маклер) 3429 Агент з комерційних послуг та торговельні брокери 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3439 Інші фахівці в галузі управління 3439 Фахівець з інтерв'ювання.
<b>Подальше навчання</b>	Здобуття кваліфікації бакалавра за освітніми програмами першого рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Ґрунтуються на принципах студентоцентризму та індивідуально-особистісного підходу; реалізуються через поєднання теоретичної і практичної підготовки. Використовуються форми інтерактивних лекцій, практичних занять, самостійного навчання, елементи дистанційного навчання з метою вирішення сучасних прикладних завдань; проходження навчальної та виробничої практики.

<b>Оцінювання</b>	Накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання здобувачів фахової передвищої освіти за усі види аудиторної та позааудиторної освітньої діяльності (поточний, модульний, підсумковий контроль); модульні контрольні роботи, тестування, заліки, звіти про практику, курсові роботи, экзамени, комплексний кваліфікаційний іспит.
<b>6 – Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти</b>	
<b>Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти</b>	Атестація здобувачів освіти на рівні фахової передвищої освіти здійснюється у формі кваліфікаційного іспиту.
<b>7 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК 1. 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>ЗК 2. 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>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 9. Здатність проявляти ініціативу та креативність</p>
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>	<p>СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності</p>

	<p>ринкового суб'єкта.</p> <p>СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.</p> <p>СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.</p> <p>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.</p> <p>СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу</p> <p>СК 11. Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері маркетингової діяльності.</p> <p>СК 12. Здатність використовувати логістичні системи у маркетинговій, підприємницькій та торговельній діяльності.</p> <p>СК 13. Здатність визначати і задовольняти потреби споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.</p>
--	---

### **8 – Програмні результати навчання**

<p>РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.</p> <p>РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.</p> <p>РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.</p> <p>РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.</p> <p>РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.</p> <p>РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.</p> <p>РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.</p> <p>РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій</p>
---

діяльності.

РН 16. Застосовувати моделі електронної комерції в маркетинговій діяльності підприємств.

РН 17. Використовувати логістичні системи у маркетинговій, підприємницькій та торговельній діяльності.

### 9 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

<b>Кадрове забезпечення</b>	До реалізації освітньо-професійної програми залучаються педагогічні працівники циклових комісій Коледжу Вищого навчального закладу «Київський університет ринкових відносин» та науково-педагогічні працівники кафедр Вищого навчального закладу «Київський університет ринкових відносин».
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів (кв. метрів на одну особу для фактичного контингенту студентів та заявленого обсягу з урахуванням навчання за змінами) не менше 2,4 кв.м. Матеріально-технічне забезпечення включає: <ul style="list-style-type: none"><li>- навчальні аудиторії;</li><li>- тематичні кабінети;</li><li>- комп'ютерні класи;</li><li>- тематичні лабораторії;</li><li>- конференц-зал;</li><li>- пункт харчування;</li><li>- точки бездротового доступу до мережі Інтернет;</li><li>- мультимедійне обладнання;</li><li>- спортивний зал.</li></ul>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення включає: <ul style="list-style-type: none"><li>- офіційний сайт <a href="http://www.kumr.edu.ua">http://www.kumr.edu.ua</a>;</li><li>- точки бездротового доступу до мережі Інтернет;</li><li>- необмежений доступ до мережі Інтернет;</li><li>- наукову бібліотеку, читальні зали;</li><li>- корпоративну пошту;</li><li>- навчальні і робочі плани;</li><li>- графіки навчального процесу;</li><li>- навчально-методичні комплекси дисциплін;</li><li>- навчальні та робочі програми дисциплін;</li><li>- дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін;</li><li>- програми практик;</li><li>- методичні вказівки щодо підготовки курсових робіт, випускних кваліфікаційних іспитів;</li><li>- критерії оцінювання рівня підготовки;</li><li>- пакети комплексних контрольних робіт.</li></ul> Студенти мають змогу користуватися авторськими підручниками, навчальними посібниками та іншими навчально-методичними розробками викладачів Коледжу Вищого навчального закладу «Київський



	університет ринкових відносин» та науково-педагогічні працівники кафедр Вищого навчального закладу «Київський університет ринкових відносин». Бібліотека забезпечена вітчизняними та зарубіжними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді, а також має доступ до баз даних періодичних наукових видань іноземними мовами відповідного або спорідненого профілю.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На загальних підставах в межах України. Короткострокове навчання студентів за попередньо визначеним курсом в інших закладах вищої освіти
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Непередбачено
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться

## 2 Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код навчальної дисципліни	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ</b>			
<b>1.1. Обов'язкові дисципліни циклу загальної підготовки</b>			
ОЗК1	Історія України (Історія: Україна і світ)	3	Екзамен
ОЗК2	Історія української культури	3	Залік
ОЗК3	Основи філософських знань (філософія, релігієзнавство)	3	Залік
ОЗК4	Українська мова (за проф. спрямуванням)	3	Екзамен
ОЗК5	Економічна теорія	3	Екзамен
ОЗК6	Правознавство	3	Залік
ОЗК7	Іноземна мова (за проф. спрямуванням)	6	Залік, екзамен
ОЗК8	Фізична виховання	6	Залік
ОЗК9	Вища математика	3	Екзамен
ОЗК10	Статистика	3	Залік
ОЗК11	Безпека життєдіяльності	3	Залік
ОЗК12	Економіка підприємства	3	Екзамен
ОЗК13	Бухгалтерський облік	3	Залік
ОЗК14	Фінанси підприємств	3	Екзамен
ОЗК15	Соціологія	3	Залік
	<b>Всього за циклом</b>	<b>51,0</b>	
<b>1.2. Обов'язкові дисципліни з циклу професійної підготовки</b>			
ОСК1	Маркетинг	6	Екзамен
ОСК2	Основи підприємницької	3	Залік

	діяльності		
ОСК3	Розроблення товару	6	Екзамен
ОСК4	Логістика	3	Екзамен
ОСК5	Менеджмент	3	Залік
ОСК6	Організація закупівлі та продажу	3	Залік
ОСК7	Комп'ютерні технології в маркетинговій діяльності (інформатика, технології)	3	Екзамен
ОСК8	Маркетингові дослідження	3	Екзамен
ОСК9	Комунікаційна діяльність	3	Екзамен
ОСК10	Ціноутворення	3	Залік
ОСК11	Електронна комерція	3	Залік
ОСК12	Охорона праці	3	Залік
ОСК13	<i>Навчальна практика</i>	4	Залік
ОСК14	<i>Виробнича практика</i>	6	Залік
	<b>Всього за циклом</b>	<b>52,0</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
<b>2.1</b>			
	Вибіркові дисципліни циклу загальної підготовки	6	Залік
	Вибіркові дисципліни циклу професійної підготовки	6	Залік
	<b>Всього за циклом</b>	<b>12</b>	
	Підготовка до екзаменаційних сесій та атестації	3	
	Атестація	2	Комплексний кваліфікаційний екзамен
<b>Загальний обсяг освітньої програми</b>		<b>120,0</b>	

### 3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Код навчальної дисципліни	Компоненти освітньо-професійної програми	Семестри			
		3	4	5	6
1	2	3	4	5	6
<b>ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ</b>					
<b>1.1. Обов'язкові дисципліни циклу загальної підготовки</b>					
ОЗК1	Історія України (Історія: Україна і світ)		+		
ОЗК2	Історія української культури		+		
ОЗК3	Основи філософських знань (філософія, релігієзнавство)	+			
ОЗК4	Українська мова (за проф. спрямуванням)		+		
ОЗК5	Економічна теорія	+			
ОЗК6	Правознавство	+			
ОЗК7	Іноземна мова (за проф. спрямуванням)			+	+
ОЗК8	Фізична виховання	+	+		

ОЗК9	Вища математика			+	
ОЗК10	Статистика				+
ОЗК11	Безпека життєдіяльності	+			
ОЗК12	Економіка підприємства			+	
ОЗК13	Бухгалтерський облік			+	
ОЗК14	Фінанси підприємств		+		
ОЗК15	Соціологія	+			
<b>1.2. Обов'язкові дисципліни з циклу професійної підготовки</b>					
ОСК1	Маркетинг				+
ОСК2	Основи підприємницької діяльності		+		
ОСК3	Розроблення товару			+	
ОСК4	Логістика				+
ОСК5	Менеджмент				+
ОСК6	Організація закупівлі та продажу			+	
ОСК7	Комп'ютерні технології в маркетинговій діяльності (інформатика, технології)			+	
ОСК8	Маркетингові дослідження				+
ОСК9	Комунікаційна діяльність			+	
ОСК10	Ціноутворення				+
ОСК11	Електронна комерція				+
ОСК12	Охорона праці			+	
ОСК13	<i>Навчальна практика :</i>				
ОСК14	<i>Виробнича практика:</i>				
<b>Вибіркові компонент ОП</b>					
<b>2.1. Вибіркові дисципліни циклу загальної підготовки</b>					
ВЗК1		+	+	+	
ВЗК2					
<b>2.2. Вибіркові дисципліни циклу професійної підготовки</b>					
ВСК1			+	+	+
ВСК2					
	Атестація				+

#### 4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі кваліфікаційного іспиту та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра із присвоєнням кваліфікації освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр, спеціальність «Маркетинг», освітньо-професійна програма «Маркетинг». Атестація здійснюється відкрито і публічно.

#### 5. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти

У закладі фахової передвищої освіти функціонує система забезпечення закладом вищої освіти 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 фахової передвищої освіти;
2. Здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
3. Щорічне оцінювання здобувачів фахової передвищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу фахової передвищої освіти регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу фахової передвищої освіти, 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;
8. Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів фахової передвищої освіти та здобувачами фахової передвищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективного системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
9. Інших процедур і заходів.

## 6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння/навички	Комунікація	Відповідальність і автономія
<b>Компетентності</b>	Зн 1. Всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання у сфері навчання та/або професійної діяльності, усвідомлення меж цих знань	Ум 1. Широкий спектр когнітивних та практичних умінь/навичок, необхідних для розв'язання складних задач у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання.  Ум 1. Знаходження творчих рішень або відповідей на чітко визначені конкретні та абстрактні проблеми на основі ідентифікації та застосування даних.  Ум 3. Планування, аналіз, контроль та оцінювання власної роботи та роботи інших осіб у спеціалізованому контексті	К 1. Взаємодія з колегами, керівниками та клієнтами у питаннях, що стосуються розуміння, навичок та діяльності у професійній сфері та/або у сфері навчання.  К 2. Донесення до широкого кола осіб (колеги, керівники, клієнти) власного розуміння, знань, суджень, досвіду, зокрема у сфері професійної діяльності	ВА 1. Організація та нагляд (управління) в контекстах професійної діяльності або навчання в умовах непередбачуваних змін.  ВА 2. Покращення результатів власної діяльності і роботи інших.  ВА 3. Здатність продовжувати навчання з деяким ступенем автономії
1	2	3	4	5
<b>Загальні компетентності</b>				
ЗК 1	Зн 1		К 2	ВА 3
ЗК 2	Зн 1	Ум 2		ВА 2
ЗК 3		Ум 1, Ум 3	К 1, К 2	ВА 1
ЗК 4	Зн 1		К 1, К 2	ВА 3
ЗК 5		Ум 2, Ум 3		ВА 2, ВА 3
ЗК 6		Ум 2, Ум 3	К 1, К 2	
ЗК 7		Ум 2		ВА 3
ЗК 8		Ум 3	К 1, К 2	
1	2	3	4	5
<b>Спеціальні компетентності</b>				
СК 1	Зн 1	Ум 2, Ум 3	К 1, К 2	
СК 2	Зн 1	Ум 1, Ум 2	К 2	ВА 1
1	2	3	4	5

CK 3	3H 1	УМ 1, УМ 3	K 1	
CK 4	3H 1	УМ 2, УМ 3	K 2	
CK 5	3H 1	УМ 1, УМ 3		BA 1
CK 6		УМ 1	K 1	
CK 7	3H 1	УМ 1, УМ 3		BA 2, BA 3
CK 8	3H 1	УМ 2	K 1	BA 1
CK 9		УМ 2	K 1, K 2	BA 1
CK 10	3H 1	УМ 1, УМ 2	K 2	

**7. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТАМ  
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

Результати навчання	Компетентності																					
	Загальні компетентності									Спеціальні компетентності												
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13
PH 1			+							+							+					
PH 2						+	+												+			
PH 3			+								+											
PH 4			+									+	+			+		+				
PH 5					+										+			+	+			
PH 6															+							+
PH 7															+							
PH 8				+	+											+		+				
PH 9			+	+						+	+	+				+	+				+	
PH 10				+										+						+		
PH 11										+												
PH 12										+				+		+				+		
PH 13										+				+								
PH 14										+			+		+							

Результати навчання	Компетентності																					
	Загальні компетентності									Спеціальні компетентності												
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13
PH 15	+	+								+			+									
PH16									+											+	+	+
PH17				+					+							+						



РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК  
на освітньо-професійну програму  
підготовки фахових молодших бакалаврів за спеціальністю  
075 «Маркетинг» галузі знань

07 «Управління та адміністрування», підготовлену робочою групою  
випускової циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ  
«Київський університет ринкових відносин»

Сьогодні для того, щоб пояснити поведінку і наміри клієнтів фірми, її конкурентів, уже неможливо обійтися без серйозних маркетингових досліджень. Якісні маркетингові дослідження дають фірмі змогу досягнути конкурентних переваг, що знижує фінансові ризики і небезпеки для іміджу фірми, дозволяє об'єктивніше визначати ставлення споживачів до фірми й товарів, аналізувати зовнішнє середовище, удосконалювати стратегію і тактику ринкової поведінки, підвищувати довіру до реклами. При цьому з боку підприємств різних форм власності та видів діяльності існує потреба у фахівцях з маркетингу, які професійно володіють сучасними методами маркетингових досліджень та організації маркетингової діяльності на підприємстві.

Подана на рецензування освітньо-професійна програма підготовка фахових молодших бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» в Коледжі Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» відповідає сучасним потребам підприємств. Освітньо-професійна програма вибудована логічно, структурована відповідно до існуючих вимог, містить характеристику всіх необхідних компетенцій, якими повинні оволодіти фахові молодші бакалаври за спеціальністю 075 «Маркетинг» під час навчання, а також матриці забезпечення формування необхідних фахових компетенцій та програмних результатів навчання як обов'язковими, так і вибірковими компонентами.

Навчальні компоненти освітньо-професійної програми, передбачені її навчальним планом, повністю відповідають поставленим завданням до підготовки фахових молодших бакалаврів з маркетингу, враховують інтереси

усіх зацікавлених стейкхолдерів, що дає підстави рекомендувати освітньо-професійну програму «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг до впровадження в освітній процес в закладі фахової передвищої освіти Коледжі ВНЗ «Київський університет ринкових відносин».

Рецензент:  
директор громадської організації  
«Соціальна взаємодія. Ініціативи.  
Творчість. Інновації»



Олена БЕЛОВА

## РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

на освітньо-професійну програму  
підготовки фахових молодших бакалаврів за спеціальністю  
075 «Маркетинг» галузі знань

07 «Управління та адміністрування», підготовлену робочою групою  
випускової циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ  
«Київський університет ринкових відносин»

Маркетингова на підприємстві є рушієм його успішної діяльності. Адже маркетингові дослідження диктують, які товари чи послуги виробляти, як змінювати асортимент продукції, на який ринок та на яких споживачів орієнтуватися при виробництві та збуті товарів тощо. Щоб всі ці питання успішно розвивалися на підприємстві, необхідні кваліфіковані фахівці з маркетингу. Тому підготовка фахових молодших бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» в Коледжі Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» є актуальним питанням.

Освітньо-професійна програма Маркетинг підготовки фахових молодших бакалаврів, що реалізується в Коледжі Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування являє собою комплексний документ, що містить всі необхідні складові: профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»; перелік компонентів освітньо-професійної програми; структурно-логічну схему освітньо-професійної програми; матриці відповідності. Запропонована на рецензування освітньо-професійна програма Маркетинг підготовки фахових молодших бакалаврів затверджена вченою радою закладу вищої освіти, до якого відноситься структурний підрозділ заклад фахової передвищої освіти Коледж.

Освітньо-професійна програма розроблена з урахуванням діючого стандарту та вимог ринку праці. ОПП розроблена науково-педагогічними працівниками випускової циклової комісії з маркетингу та менеджменту Коледжу ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» й спрямована на надання здобувачам фахової передвищої освіти кваліфікації фаховий

молодший бакалавр з маркетингу. Метою освітньо-професійної програми є формування теоретичних знань і практичних навичок з маркетингових досліджень, набуття компетентностей з сучасних методів та інструментів маркетингу, вміти вирішувати типові задачі з маркетингової діяльності.

З урахуванням вищезазначеного є всі підстави рекомендувати освітньо-професійну програму «Маркетинг» за спеціальністю 075 Маркетинг до впровадження в освітній процес в закладі фахової передвищої освіти Коледжі ВНЗ «Київський університет ринкових відносин» як таку, що забезпечує якісну підготовку фахових молодших бакалаврів.

Рецензент:

Генеральний директор приватної фірми «Анжіо»



Жарков О.М.