

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя**

**ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

**Початкового рівня (короткий цикл) вищої освіти**

**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

**Кваліфікація: Молодший бакалавр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

**Голова вченої ради \_\_\_\_\_ / Петро ЯСНІЙ /**

**(протокол № 11 від «19» жовтня 2021 р.)**

**Освітня програма вводиться в дію з «1» вересня 2022 р.**

**Ректор \_\_\_\_\_ / Петро ЯСНІЙ**

**(наказ № 4/7-889 від «22» жовтня 2021 р.)**



**Тернопіль – 2021 р.**

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ  
освітньо-професійної програми**

Завідувач кафедри промислового  
маркетингу



Володимир ФАЛОВИЧ

Декан факультету економіки та  
менеджменту



Галина ЦІХ

Директор ТОВ «Маркетинговий центр  
«ДАЛІ»



Світлана ОЗІМКО

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Володимира ФАЛОВИЧА, д.е.н., професора, завідувача кафедри промислового маркетингу ТНТУ ім. І. Пулюя;
2. Лілії ЯКИМИШИН, д.е.н., професора, професора кафедри промислового маркетингу ТНТУ ім. І. Пулюя;
3. Світлани СЕМЕНЮК, к.е.н., доцента, доцента кафедри промислового маркетингу ТНТУ ім. І. Пулюя;
4. Світлани ОЗІМКО, голови Експертної ради роботодавців за спеціальністю 075 «Маркетинг» ТНТУ ім. І. Пулюя, директора ТОВ «Маркетингового центру «ДАЛІ»;
5. Дмитра МАГНАТА, студента групи ПМс-31 ТНТУ ім. І. Пулюя.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Юлія ПРИСЯЖНЮК, директор ТОВ Босфор.
2. Роман КАРДАШЕВСЬКИЙ, директор ТзОВ «Білий берег».
3. Ярослав КРУШЕЛЬНИЦЬКИЙ, директор ТзОВ «Зборівська птахофабрика».

# 1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна характеристика</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, кафедра промислового маркетингу
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Молодший бакалавр, Молодший бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньо-професійної програми</b>	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» початкового рівня (короткий цикл) вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми</b>	Диплом молодшого бакалавра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС
<b>Наявність акредитації</b>	Не акредитована
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 5 рівень, FQ-EHEA – короткий цикл, EQF-LLL – 5 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньо-професійної програми</b>	1 рік 10 місяців
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</b>	<a href="http://tntu.edu.ua/?p=uk/structure/faculties">http://tntu.edu.ua/?p=uk/structure/faculties</a> <a href="http://kaf-pm.tntu.edu.ua">http://kaf-pm.tntu.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньо-професійної програми</b>	
Мета освітньо-професійної програми відповідає Стратегії та Концепції розвитку університету до 2025 року. Освітньо-професійна програма спрямована на формування системи професійних знань та набуття практичних компетентностей, достатніх для успішного виконання професійних обов'язків у сфері маркетингу, підготовку здобувачів освіти до подальшого навчання за обраною спеціальністю.	
<b>3 – Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<b>Предметна область (галузь, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань – 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Обов'язкові компоненти – 66,25%, вибіркові компоненти – 27,5%, практика -5,0%, атестація 1,25%
<b>Орієнтація освітньо-професійної програми</b>	Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингу, орієнтує на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств в умовах цифрової економіки, передбачає здобуття професійно-орієнтованої підготовки, спеціальних умінь та знань, а також досвіду їх практичного застосування з метою виконання типових завдань маркетингового спрямування, що передбачені для

	первинних посад у сфері маркетингової діяльності.
<b>Основний фокус освітньо-професійної програми</b>	<p>Освітні компонетнти – обов’язкові дисципліни загальної та професійної підготовки. Дисципліни вільного вибору здобувача, що становлять індивідуальну освітню траєкторію здобувача та забезпечують формування спеціальних навичок</p> <p>Акцент робиться на професійно-орієнтованих дисциплінах, які забезпечують розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу; зосередженості на практичній підготовці молодшого бакалавра з маркетингу у межах проходження практики та елементів дуальної освіти.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, ринкові дослідження, маркетингова діяльність, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика розподілу, маркетингові комунікації, маркетингові рішення.</p>
<b>Особливості програми</b>	<p>Можливість навчання за програмами подвійних дипломів у закладах вищої освіти-партнерах за кордоном. Участь у програмах академічної мобільності (зокрема, Еразмус+). Проходження практик за кордоном.</p> <p>Отримання знань на лекційних та практичних заняттях викладачів, котрі пройшли науково-педагогічне стажування у закладах вищої освіти-партнерах за кордоном.</p> <p>Отримання фахових консультацій від представників органів державного управління та місцевого самоврядування, роботодавців, керівників підприємницьких структур шляхом участі у тренінгах та зустрічах, які вони проводять.</p> <p>Здійснення науково-дослідної діяльності шляхом участі у роботі студентських наукових форумів, Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференцій, студентських наукових гуртків.</p> <p>Участь у міжнародних освітніх проєктах.</p> <p>Участь у проєкті розвитку молодіжного інноваційного підприємництва на базі платформи FabLab TNTU (лабораторії цифрового виробництва та прототипування світової мережі FabLab).</p> <p>Вивчення іноземних мов (англійська, польська, французька, німецька) на базі Центру іноземних мов університету (на комерційних засадах).</p>
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Випускники освітньої програми здатні виконувати професійну роботу згідно з Національним класифікатором України («Класифікатор професій» ДК 003:2010) та займати відповідні посади в державному та приватному секторах у різних сферах діяльності, зокрема:</p> <p>2419.2. Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності: консультант з маркетингу; рекламіст; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог);</p> <p>3415. Технічні та торговельні представники: агент; агент комерційний; агент торговельний; комівояжер; мерчендайзер; представник торговельний; торговець комерційний; торговець промисловий; торговець роз’їзний; торговець технічний;</p> <p>3416. Закупники;</p> <p>3419. Інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі: організатор з постачання; організатор зі збуту; товарознавець;</p> <p>3421. Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів;</p> <p>3422. Агенти з клірингу (обмінних товарних операцій) та експедиції;</p> <p>3429. Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери: агент рекламний; представник з реклами; торговець (обслуговування</p>

	<p>бізнесу та реклами);          4131. Агент з постачання;          5220. Демонстратор товарів (рекламна діяльність).          Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</p>
<b>Подальше навчання</b>	Молодший бакалавр продовжити навчання на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання; проведення лекційних та практичних занять, консультацій; організація тренінгів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі в проєктних роботах, конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Застосовуються елементи дуального навчання та інноваційні технології електронного навчання. Проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні технології навчання. Здобуття практичних навичок забезпечується проходженням практик.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Оцінювання успішності навчання здобувачів вищої освіти в університеті здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) системою, національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»; «зараховано», «не зараховано») і Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою (ECTS – «А», «В», «С», «D», «Е», «FХ», «F»).</p> <p>Види контролю: поточний, модульний, підсумковий, самоконтроль.          Можливий ректорський контроль.          Форми контролю: усне та письмове опитування, тестування, захист звітів з практик, есе, презентації виконаних завдань. Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингу і характеризується певною невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p>

	<p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК14. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності</b>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність організовувати комплексні ринкові дослідження, проводити сегментування ринку та обирати цільові ринкові сегменти.</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 застосовувати принципи та методи підвищення конкурентоспроможності підприємств.</p> <p>СК.14. Здатність використовувати цифрові інструменти маркетингу у професійній діяльності.</p>
	<b>7 – Програмні результати навчання</b>
<b>Результати навчання</b>	<p>Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління,</p>

	<p>розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Розробляти альтернативні варіанти прийняття маркетингових рішень, рекомендувати їх до виконання фахівцям різних структурних підрозділів суб'єкта господарювання.</p> <p>P10. 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>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Здійснювати аналіз конкурентного середовища, конкурентів; визначати рівень конкурентоспроможності підприємств.</p> <p>P15. 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>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>P19. Ідентифікувати джерела та розуміти методологію визначення і методи отримання соціально-економічних даних, збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та соціальні показники.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<p><b>Кадрове забезпечення</b></p>	<p>Реалізація освітньої програми забезпечується кадрами високої кваліфікації з науковими ступенями та вченими званнями, які мають значний досвід навчально-методичної, науково-дослідної роботи та відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти»).</p> <p>Освітній процес здійснюється науково-педагогічними працівниками кафедри промислового маркетингу із залученням науково-педагогічних працівників з інших кафедр та (додатково) фахівців-практиків в галузі маркетингу з провідних підприємств Західного регіону. Викладацький склад кафедри регулярно проходить планове стажування в галузі маркетингу на провідних підприємствах, в ЗВО</p>



	України та за кордоном.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України.</p> <p>У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зал, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу.</p> <p>До послуг студентів і викладачів є також читальний зал на 230 місць, абонемент та копіювальна техніка. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi.</p> <p>Здобувачі вищої освіти забезпечені гуртожитком. Є наявна соціально-побутова інфраструктура: їдальня, медичний пункт, бібліотека, басейн, спортивний комплекс, актовий зал.</p>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>Використання системи електронного навчання ТНТУ ATutor; матеріалів, розміщених в інституційному репозитарії університету ELARTU; електронного каталогу бібліотеки; навчальних матеріалів у традиційній (паперовій) формі у приміщеннях бібліотеки університету; вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань у друкованому та електронному доступі, у т.ч. до баз даних англійських періодичних наукових видань (зокрема, Scopus і Web of Science); забезпечення доступу до Інтернет за допомогою Wi-Fi або інших бездротових технологій в основних навчальних, лабораторних, бібліотечних приміщеннях, гуртожитках; офіційного веб-сайту університету та його структурних підрозділів; системи АСУ «Університет» та авторських розробок професорсько-викладацького складу.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Можливість переведення студентів з інших ЗВО та коледжів України за спеціальністю 075 «Маркетинг» з перезарахуванням дисциплін у межах Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ECTS).</p> <p>Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>Можливість навчатися за програмами подвійних дипломів у ЗВО-партнерах за кордоном, брати участь у програмі академічної мобільності Еразмус+, проходити практики за кордоном.</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	<p>Навчання іноземних громадян проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком.</p>

## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти загальної підготовки (ОКЗП)</b>			
<b>1. Цикл загальної підготовки</b>			
ОК1	Бібліографія та методи пошуку в Інтернеті	3	екзамен
ОК2	Вища математика. Передбачені індивідуальні завдання (у двох семестрах)	6,5	залік, екзамен
ОК3	Демократія: від теорії до практики	3	екзамен
ОК4	Іноземна мова професійного спрямування	5	залік, екзамен
ОК5	Інформаційні технології та основи програмування	3	екзамен
ОК6	Історія та культура України	4	залік, екзамен
ОК7	Техноекологія та цивільна безпека	3	залік
ОК8	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	залік
ОК9	Філософія	3	залік
	<b>Всього за цикл</b>	<b>33,5</b>	
<b>Обов'язкові компоненти професійної підготовки (ОКПП)</b>			
<b>2. Цикл професійної підготовки</b>			
ОК10	Введення в спеціальність	6	екзамен
ОК11	Дослідження ринку	4,5	екзамен
ОК12	Економічна теорія	4,5	екзамен
ОК13	Інфраструктура товарного ринку	4	екзамен
ОК14	Комерційна справа	6,5	залік
ОК15	Конкурентоспроможність підприємства	5	екзамен
ОК16	Маркетинг	4,5	екзамен
ОК17	Психологія і соціологія	5	залік
ОК18	Тренінг особистісного зростання	5	залік
ОК19	Основи цифрового маркетингу	4	екзамен
	<b>Всього за цикл</b>	<b>49</b>	
<b>Практична підготовка</b>			
ОК20	Вступ до фаху	3	диф.залік
ОК21	Організаційно-економічна	3	диф.залік
	<b>Всього за практичну підготовку</b>	<b>6</b>	
	<b>Всього за професійну та практичну підготовку</b>	<b>55</b>	
	<b>Разом за обов'язковими компонентами</b>	<b>88,5</b>	
<b>Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми</b>			

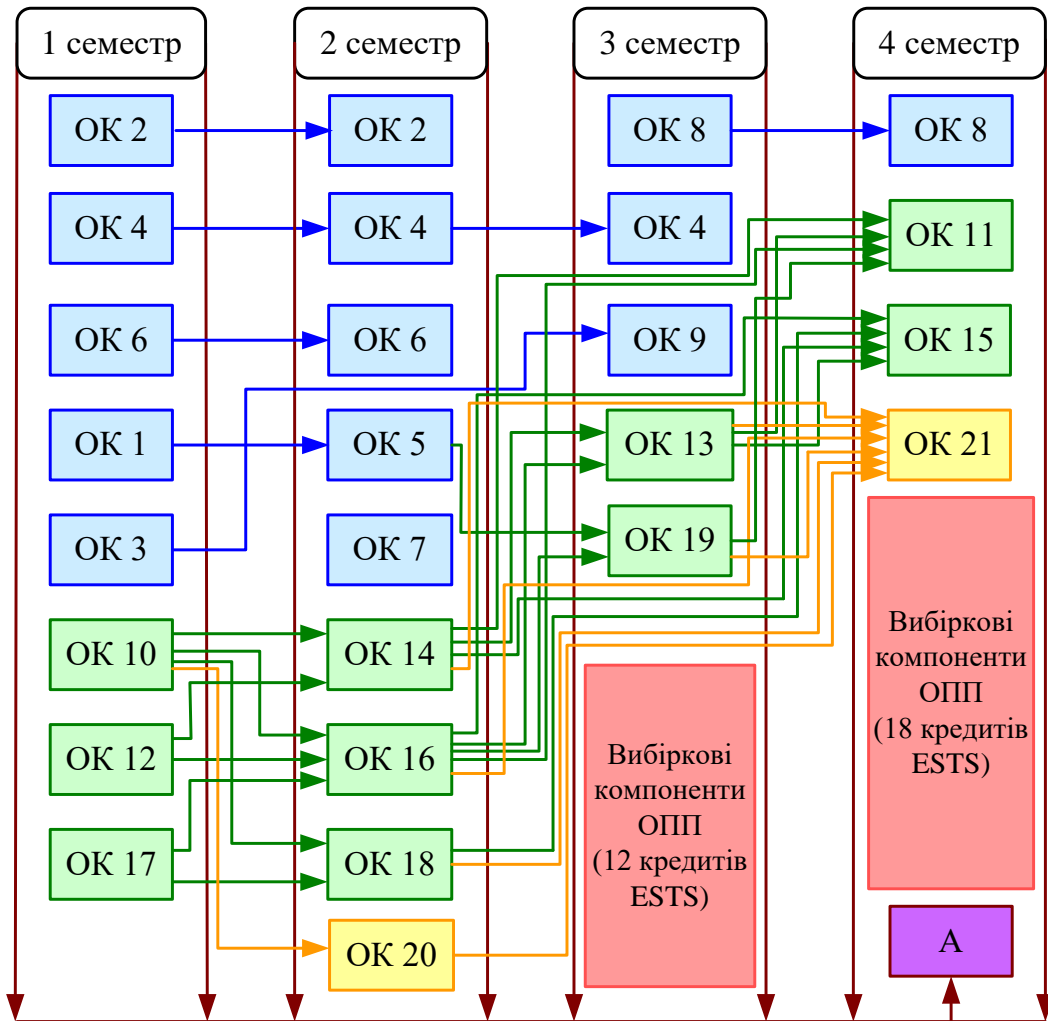
Здобувачі вищої освіти обирають освітні вибіркові компоненти із запропонованого переліку у середовищі електронного навчання ТНТУ Atutor (Вкладка – «ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ»). <http://dl.tntu.edu.ua/login.php>. Доступ до переліку вибіркових навчальних дисциплін мають усі здобувачі вищої освіти, зареєстровані у середовищі електронного навчання ТНТУ Atutor.

**Вибіркові компоненти професійної підготовки (ВКПП)**

**1. Цикл професійної підготовки**

	<b>Всього за цикл</b>	<b>30</b>	
	<b>Разом за вибірковими компонентами</b>	<b>30</b>	
<b>Атестація</b>			
А	Атестаційний екзамен	1,5	
	<b>Всього за атестацію</b>	<b>1,5</b>	
<b>Загальний обсяг освітньо-професійної програми</b>		<b>120</b>	

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



- |   |  |
|---|--|
| <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 10px; background-color: #add8e6; border: 1px solid black;"></span> Освітні компоненти циклу загальної підготовки   | <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 10px; background-color: #ffcccc; border: 1px solid black;"></span> Вибіркові освітні компоненти |
| <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 10px; background-color: #90ee90; border: 1px solid black;"></span> Освітні компоненти циклу професійної підготовки | <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 10px; background-color: #cc99ff; border: 1px solid black;"></span> Атестаційний екзамен         |
| <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 10px; background-color: #ffff00; border: 1px solid black;"></span> Освітні компоненти практичної підготовки        |  |

### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі складання атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня молодшого бакалавра із присвоєнням кваліфікації: «Молодший бакалавр маркетингу». Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.

Атестаційний екзамен передбачає перевірку досягнення результатів навчання визначених даною освітньо-професійною програмою.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

#### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	
ІНТ	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК1			•	•		•	•		•			•										
ЗК2						•	•	•	•								•					
ЗК3		•							•	•	•	•	•				•		•			•
ЗК4		•	•	•		•		•	•	•		•	•			•	•	•	•	•	•	•
ЗК5							•	•	•	•		•			•		•					•
ЗК6										•				•		•			•	•	•	•
ЗК7		•					•	•		•	•		•	•	•	•		•	•	•	•	•
ЗК8	•	•			•						•											
ЗК9	•				•																	
ЗК10				•																		
ЗК11						•			•	•		•					•	•			•	•
ЗК12									•						•							
ЗК13			•			•		•	•			•		•				•			•	•
ЗК14	•				•															•		
СК1										•				•		•		•	•	•	•	•
СК2										•						•		•	•			
СК3															•							
СК4										•			•					•				
СК5					•								•			•				•		
СК6											•											
СК7														•	•	•						•
СК8											•											
СК9											•											
СК10					•											•						
СК11											•		•		•					•		
СК12											•							•				
СК13															•							
СК14	•				•															•		

### 5. Матриця забезпечення результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21
Р 1										•				•	•	•		•	•	•	•
Р 2		•							•		•	•	•		•						
Р 3		•			•		•			•				•		•		•	•		
Р 4	•	•			•						•					•					
Р 5											•										
Р 6					•						•			•	•						•
Р 7	•				•														•		
Р 8										•						•		•	•		
Р 9											•										
Р 10	•										•				•						
Р 11									•				•				•	•			
Р 12		•	•	•		•		•	•	•		•	•		•		•	•	•	•	•
Р 13							•	•	•	•		•	•	•			•	•			•
Р 14															•						
Р 15			•			•	•		•					•			•				
Р 16									•				•			•		•	•		
Р 17				•																	
Р 18			•	•		•	•	•	•			•						•		•	
Р 19	•				•														•		

## **6. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

Вимоги щодо внутрішнього забезпечення якості вищої освіти регламентуються окремим положенням університету – Система управління якістю (СУЯ). Стратегічне управління університетом (наказ №4/7-568 від 25.07.2016, URL:<https://docs.tntu.edu.ua/base/document?id=24>).

Відповідно до рішення Органу сертифікації 31 серпня 2017 року університет отримав сертифікати, які підтверджують відповідність системи управління якістю вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Перші два сертифікати українською та німецькою мовами видані німецьким сертифікаційним органом «DQS GmbH», який входить в трійку лідерів серед сертифікаційних органів у світі, що свідчить про міжнародне визнання якості освітньої діяльності (сертифікат видано 31.08.2018, дійсний – до 29.08.2023, URL: [https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000287/QM15\\_31400225\\_QM15\\_UK\\_\(4\).pdf](https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000287/QM15_31400225_QM15_UK_(4).pdf)

Ще один сертифікат єдиного міжнародного зразка IQNet (видано 31.08.2017, дійсний – до 29.08.2023, реєстраційний номер DE-31400225 QM15, виданий міжнародною сертифікаційною мережею (зі штаб квартирою у м. Берн, Швейцарія), що об'єднує 37 провідних органів з сертифікації в 34 країнах світу, URL: [https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000287/IQNet\\_31400225\\_QM15\\_EN\\_\(5\).pdf](https://tntu.edu.ua/storage/pages/00000287/IQNet_31400225_QM15_EN_(5).pdf).

В університеті 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; щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого
- 3) навчального закладу, 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 освітньо-професійною 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 ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення університетом якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням університету



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.

## 7. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

1. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг. Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. URL:<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>

2. Стандарт фахової передвищої освіти: освітньо-професійний ступінь-фаховий молодший бакалавр, галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг. Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 22.06.2021 р. № 703. URL:<https://mon.gov.ua/storage/app/media/Fakhova%20peredvyshcha%20osvita/Zatverdzeni.standarty/2021/07/08/075.Marketing.08.07.docx>

3. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) // URL:[https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines\\_for\\_qa\\_in\\_the\\_ehea\\_2015.pdf4](https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf4).

4. Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

5. Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

6. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010// База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>

7. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>

8. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>

9. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ Міністерства освіти і науки України від «01» червня 2017 № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від «21» грудня 2017 №1648) // URL:<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>

Керівник робочої групи,  
д.е.н., професор, завідувач кафедри  
промислового маркетингу  
ТНТУ ім. І. Пулюя



Володимир ФАЛОВИЧ

Д.е.н., професор, професор кафедри  
промислового маркетингу  
ТНТУ ім. І. Пулюя



Лілія ЯКИМИШИН

К.е.н., доцент, доцент кафедри  
промислового маркетингу  
ТНТУ ім. І. Пулюя



Світлана СЕМЕНЮК

Голова Експертної ради роботодавців за  
спеціальністю 075 «Маркетинг» ТНТУ  
ім. І. Пулюя, директора ТОВ  
«Маркетингового центру «ДАЛІ»



Світлана ОЗІМКО

Студент групи ПМс-31  
ТНТУ ім. І. Пулюя



Дмитро МАГНАТ