

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

проект

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

_____ / **Б.В. Єгоров** /

(протокол №____ від «____» _____202_ р.)

Освітня програма вводиться в дію з _____202_ р.

Ректор _____ / **Б.В. Єгоров** /

(наказ №____ від «____» _____202_ р.)

Одеса – 202_ р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
спеціальність	075 «Маркетинг»
спеціалізація	
рівень вищої освіти	перший
ступінь	бакалавр

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи
«_____» _____ 202_ р.

Ф.А. Трішин

Директор НЦООП
«_____» _____ 202_ р.

Н.О.Дец

Голова методичної Ради
зі спеціальностей 075 «Маркетинг»,
076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність» галузі знань
07 «Управління та адміністрування»
«_____» _____ 202_ р.

М.Р. Мардар

Декан факультету ММіЛ
«_____» _____ 202_ р.

І.М.Агєєва

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою факультету Менеджменту, маркетингу і логістики навчально-наукового інституту Прикладної економіки та менеджменту ім. Г.Е. Вейнштейна Одеської національної академії харчових технологій у складі:

1. Керівник робочої групи (**гарант освітньої програми**): Голубьонкова Олена Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі.

2. Член робочої групи: Лагодієнко Володимир Вікторович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі

3. Член робочої групи: Лозовська Ганна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі

4. Член робочої групи: Григоренко Катерина Романівна, студентка 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг», освітньо-професійна програма «Маркетинг»

До роботи над Освітньою програмою були залучені:

Масленков В. М. - виконавчий директор ПрАТ "Одесавинпром"

Струц Є.М. – стратегічний інтернет маркетолог Агентства он-лайн реклами «4LIMES»

Соловійова В.В. – заступник директора з адміністративної роботи ТОВ «КОШ 1».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

Освітня програма «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 року № 1556-VII зі змінами, Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015р. № 1187 (змін до Постанови КМУ від 30.12.2015р. № 1187, в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 10.05.2018р. № 347 та змін до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 03 березня 2020 р. № 180); Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом МОН України від 05.12.2018 р. № 1343, Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого Наказом МОН України від 11.07.2019р. № 977 тощо.

Освітньо-професійна програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус програми, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття освітнього рівня бакалавр, перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, нормативний і варіативний зміст

підготовки фахівця, сформульований у термінах результатів навчання та вимоги до контролю якості вищої освіти.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Підготовка фахівців на здобуття освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється в Одеській національній академії харчових технологій. Випускаюча кафедра – Маркетингу, підприємництва і торгівлі
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський) Ступінь вищої освіти – бакалавр Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний ступінь, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців на основі повної середньої освіти Диплом бакалавра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців на основі СВО «Молодший спеціаліст».
Наявність акредитації	-
Цикл/рівень	FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК України – 7 рівень
Передумови	Наявність повної середньої освіти або СВО «Молодший спеціаліст»/ «Молодший бакалавр»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступної акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://nmv.onaft.edu.ua/osvitab
2. Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих бакалаврів маркетингу, що володіють сучасним економічним мисленням та компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що здатна забезпечити розробку, запровадження і розвиток технологій для здорового, тривалого життя людини на основі концепції сталого розвитку та реалізації національних і регіональних стратегічних пріоритетів	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Обов'язкові компоненти – 74,6 %, з них: дисципліни загальної підготовки – 15,8 %, дисципліни професійної підготовки – 58,8 %, практична підготовка – 4,0 %, кваліфікаційна робота – 9,4 %. Дисципліни вільного вибору студента – 25,4%. • Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та

	соціальних інтересів. - Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. - Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. - Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
Орієнтація освітньої програми	Програма має прикладний характер, орієнтована на підготовку фахівців у сфері ефективної маркетингової діяльності ринкових суб'єктів
Основний фокус освітньої програми і спеціалізації	Підготовка компетентних фахівців у сфері маркетингової діяльності у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг Ключові слова: Маркетинг, система маркетингу, принципи маркетингу, маркетингова діяльність підприємства, управління маркетинговою діяльністю
Особливості та відмінності	Основний акцент робиться на дослідженні особливостей та розробки маркетингової системи підприємств у сферах харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг. Підготовка здійснюється у тісному взаємозв'язку з підприємствами півдня України
4. <i>Здатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання</i>	
Працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (державні, муніципальні, комерційні, некомерційні,) та за будь-якими видами економічної діяльності. Професійні назви робіт (за ДК 003:2010): 1210.1 Начальник агентства (рекламно-інформаційного). 1233 Директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу. 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю). 1317 Директор малої фірми (рекламної); керуючий агентством (рекламним). 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами.

Подальше навчання		Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання		
Викладання та навчання		Навчання проблемно-орієнтовне, з набуттям необхідних загальних та спеціальних фахових компетентностей, необхідних для генерації ідей, розв'язання комплексних завдань щодо маркетингової діяльності підприємств. Стиль навчання – студентоцентричний, проблемно-орієнтований, з ініціативною самоосвітою. Лекції, лабораторні роботи, практичні заняття, самостійна робота на основі підручників, навчальних посібників та конспектів лекцій. Використання методу ситуативних завдань, ділових ігор, тренінгів з метою розвитку креативного мислення та вміння працювати в команді. Дистанційні заняття з використанням інформаційних технологій, консультації, проектна робота, підготовка кваліфікаційної роботи. Апробація результатів досліджень студентів відбувається на науково-практичних конференціях та семінарах, впровадженням результатів досліджень та розробок у практику маркетингової діяльності підприємств. Опанування практичних навичок здійснюється шляхом виконання індивідуальних та командних проектів, розв'язання бізнес-кейсів, участю у воркшопах з фахівцями галузі, підготовкою проектів для участі у національних та міжнародних конкурсах, виконанням індивідуальних завдань під час комплексної практики за фахом. Завершується навчання публічною презентацією та захистом кваліфікаційної роботи.
Оцінювання		Оцінювання якості засвоєння здійснюється за 100-бальною шкалою ЕКТС (ECTS), національною чотирьох бальною системами. Форми контролю: поточний і підсумковий контроль знань і підсумкова атестація. Поточне оцінювання на семінарських, практичних, лабораторних заняттях (усне опитування або письмовий експрес-контроль, виступи студентів при обговоренні питань, звіти про лабораторні роботи, контрольні роботи), тестовий контроль, звіти з практики, презентації, есе тощо. Підсумковий контроль – екзамен/залік (оцінювання на підставі результатів поточного контролю). Підсумкова атестація – кваліфікаційний екзамен та захист кваліфікаційної роботи бакалавра.
6. Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність		Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетент-	ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства

ності (ЗК)		права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
	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.
	ЗК3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
	ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
	ЗК5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків
	ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності
	ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
	ЗК8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні
	ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
	ЗК10	Здатність спілкуватися іноземною мовою
	ЗК11	Здатність працювати в команді
	ЗК12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
	ЗК13	Здатність працювати в міжнародному контексті
	ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
Спеціальні компетентності (СК)	СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу
	СК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу
	СК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі
	СК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими
	СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу
	СК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності
	СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів
	СК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
	СК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності
	СК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності
	СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків

	СК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу
	СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі
	СК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності
	СК15*	Здатність використовувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг
7. Програмні результати навчання		
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН 1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності
	ПРН 2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності
	ПРН 3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
	ПРН 4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію
	ПРН 5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів
	ПРН 6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності
	ПРН 7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
	ПРН 8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища
	ПРН 9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень
	ПРН 10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта
	ПРН 11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта
	ПРН 12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
	ПРН 13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи
	ПРН 14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення
	ПРН 15	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
	ПР Н 16	Відповідати вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
	ПР Н 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології
	ПР Н 18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності
	ПР Н 19 *	Впроваджувати ефективні маркетингові інструменти з урахуванням специфіки діяльності підприємств у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Розробники програми: доктора та кандидат наук, професора, доцент; є штатними співробітниками Одеської національної академії харчових технологій. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими степенями та науковими званнями, професіонали-практики, студенти з досвідом роботи (стейкхолдери). Всі науково-педагогічні працівники щонайменше один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації шляхом стажування на провідних харчових підприємствах півдня України та у закладах вищої освіти Європейських країн. Крім того, постійно беруть участь у професійних тренінгах, семінарах, ворк-шопах тощо.
Матеріальне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам стосовно надання освітніх послуг у сфері вищої освіти. Усі приміщення відповідають будівельним, санітарним нормам та нормам протипожежної безпеки. У наявності: навчальні приміщення, комп'ютерний клас, спеціалізована лабораторія, бібліотека, читальна зала, точки бездротового доступу до мережі Інтернет, спортивний комплекс, гуртожитки, їдальні, санаторій-профілакторій та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам. Кожна дисципліна забезпечена комплексом навчально-методичних матеріалів (підручниками, силабусами, робочими програмами, конспектами лекцій, методичними вказівками до практичних, лабораторних, курсових робіт) Інформаційне забезпечення – актуального змістовного контенту, що міститься у Науково-технічній бібліотеці ОНАХТ https://library.onaft.edu.ua/, у методичному кабінеті кафедри МПіТ, на сайті кафедри та у модульному дистанційному середовищі http://moodle.onaft.edu.ua/.

9. Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Національна академічна мобільність здійснюється на підставі укладених договорів між Одеською національною Академією харчових технологій та закладами вищої освіти України. Порядок перезарахування кредитів регулюється «Положенням про порядок перезарахування результатів навчання (навчальних дисциплін) в ОНАХТ» https://www.onaft.edu.ua/download/pubinfo/Regulations_procedure_recalculation_%20training_results.pdf
Міжнародна	ОНАХТ має партнерські угоди міжнародної академічної мобільності з

кредитна мобільність	університетами у межах різних програм: Еразмус+, програми подвійних дипломів тощо http://inter.onaft.edu.ua/
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Іноземні громадяни навчаються в ОНАХТ за загальнодержавними програмами та договорами, укладеними з юридичними та фізичними особами.

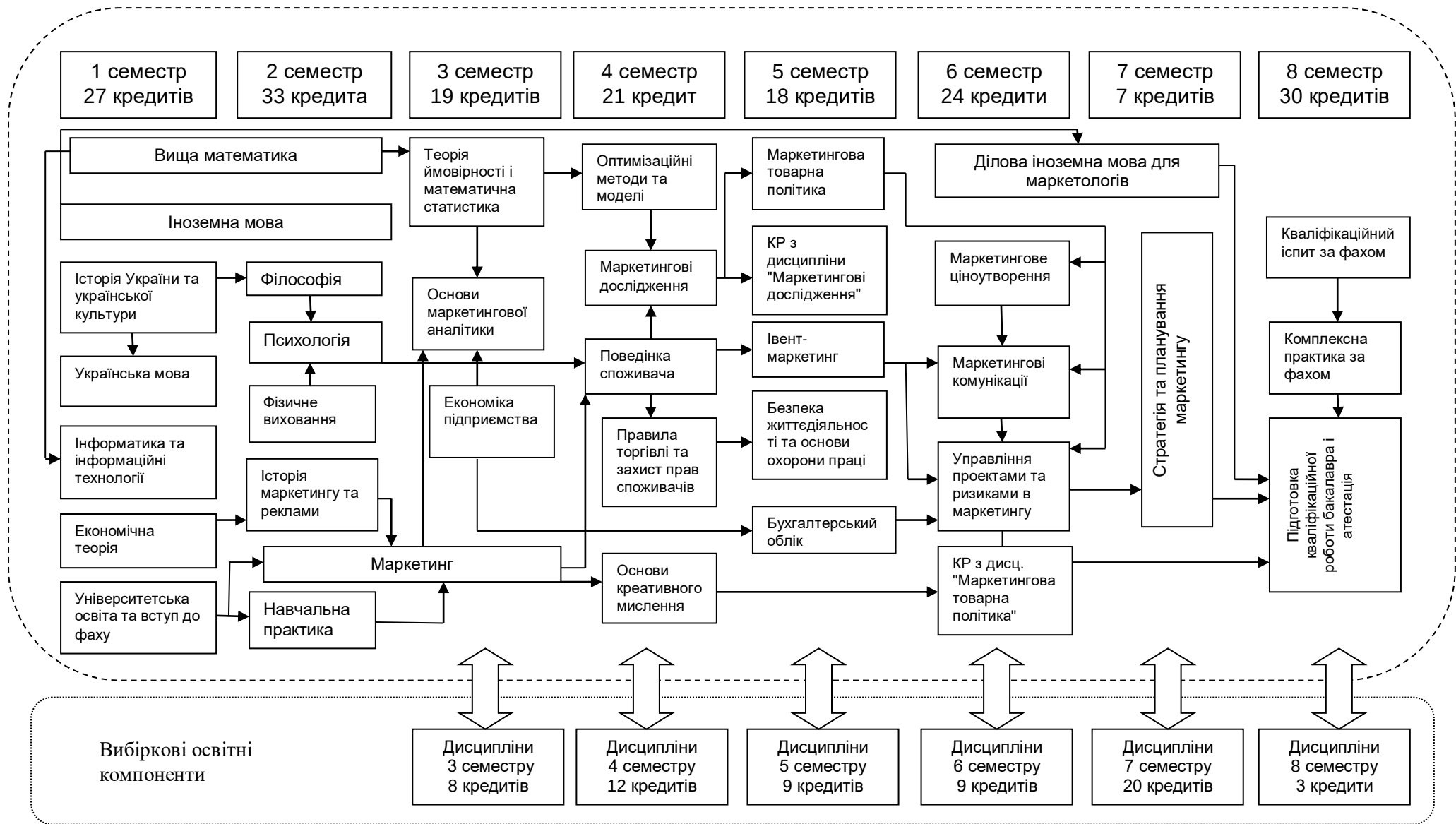
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Шифр	Назва компоненти ОПП	Кількість годин	Кількість кредитів	Форма контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ				
ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ				
OK1	Історія України та української культури	90	3,0	екзамен
OK2	Філософія	90	3,0	диф.залік
OK3	Вища математика	240	8,0	диф.залік, екзамен
OK4	Українська мова	90	3,0	диф.залік
OK5	Іноземна мова	180	6,0	диф.залік, екзамен
OK6	Інформатика та інформаційні технології	150	5,0	екзамен
OK7	Психологія	120	4,0	диф.залік
OK8	Фізичне виховання	180	6,0	диф.залік
	Разом	1140	38,0	х
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ				
OK9	Економічна теорія	120	4,0	екзамен
OK10	Університетська освіта та вступ до фаху	150	5,0	диф.залік
OK11	Історія маркетингу та реклами	180	6,0	диф.залік
OK12	Теорія ймовірності і математична статистика	120	4,0	екзамен
OK13	Основи маркетингової аналітики	120	4,0	екзамен
OK14	Економіка підприємства	90	3,0	екзамен
OK15	Маркетинг	300	10,0	диф.залік екзамен
OK16	Маркетингові дослідження	120	4,0	екзамен
OK16.1	Курсова робота з дисципліни "Маркетингові дослідження"	90	3,0	диф.залік
OK17	Оптимізаційні методи та моделі	90	3,0	екзамен
OK18	Поведінка споживача	150	5,0	екзамен
OK19	Правила торгівлі та захист прав споживачів	150	5,0	екзамен
OK20	Основи креативного мислення	120	4,0	екзамен
OK21	Івент-маркетинг	120	4,0	екзамен
OK22	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	90	3,0	екзамен
OK23	Маркетингова товарна політика	180	5,0	екзамен
OK23.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетингова товарна політика»	90	3,0	диф.залік
OK24	Бухгалтерський облік	90	3,0	екзамен
OK25	Маркетингове ціноутворення	180	6,0	екзамен
OK26	Маркетингові комунікації	180	6,0	екзамен
OK27	Управління проектами та ризиками в маркетингу	180	6,0	екзамен

Шифр	Назва компоненти ОПП	Кількість годин	Кількість кредитів	Форма контролю
ОК28	Стратегія та планування маркетингу	120	4,0	екзамен
ОК29	Ділова іноземна мова для маркетологів	180	6,0	диф.залік
ОК30	Навчальна практика	150	5,0	диф.залік
ОК31	Комплексна практика за фахом	135	4,5	диф.залік
ОК32	Кваліфікаційний іспит за фахом	90	3,0	екзамен
ОК33	Підготовка кваліфікаційної роботи бакалавра і атестація	675	22,5	публічний захист
	Разом	4 230	141,0	х
	РАЗОМ ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ	5 370	179,0	х
ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ З КАТАЛОГУ ОП*				
ВК 1	Вибіркова компонента 3 семестру	240	8	диф. залік
ВК 2	Вибіркова компонента 4 семестру	360	12	диф. залік
ВК 3	Вибіркова компонента 5 семестру	270	9	диф. залік
ВК 4	Вибіркова компонента 6 семестру	270	9	диф. залік
ВК 5	Вибіркова компонента 7 семестру	600	20	диф. залік
ВК 6	Вибіркова компонента 8 семестру	90	3	диф. залік
	РАЗОМ	1830	61	Х
	РАЗОМ ЗА ОПП	7200	240	Х

* є можливість вибору дисципліни з іншої ОП

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі кваліфікаційного екзамену та публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційний екзамен містить теоретичні питання (у вигляді тестів) та практичні завдання з ключових дисциплін: Маркетингові дослідження, Маркетингова товарна політика, Маркетингове ціноутворення, Маркетингові комунікації.

Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, для чого, проводяться дослідження та пропонуються інновації.

Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої включаються представники роботодавців та їх об'єднань, відповідно до положення про екзаменаційну комісію, затвердженого вченою радою ОНАХТ <http://nv.onaft.edu.ua/download/normbd/24954.pdf>. Кваліфікаційна робота бакалавра виконується за тематикою, що визначена в ОНАХТ, деталізацію вимог регламентовано Стандартом, ОПП та внутрішніми документами й положеннями ОНАХТ.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування, що регламентується також «Положенням про академічну доброчесність в ОНАХТ» <http://nmv.onaft.edu.ua/download/normbd/65935.pdf>

Для публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, вони розміщуються на офіційному сайті ОНАХТ або його структурного підрозділу та в електронному архіві, що регламентовано відповідним Положенням «Про створення електронного архіву дипломних проєктів/робіт, кваліфікаційних робіт, курсових проєктів/робіт здобувачів вищої освіти в Одеській національній академії харчових технологій» <http://nmv.onaft.edu.ua/download/normbd/25192.pdf>

Характеристика системи внутрішнього забезпечення якості підготовки

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

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників ОНАХТ та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті ОНАХТ, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів;
- 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 ОНАХТ якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням ОНАХТ 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.

4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Компо- ненти освітньої програми	Інтегральна компетентність	Компетентності																												
		Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності														
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК15*
ОК 01	+	+	+										+	+														+		
ОК 02	+	+	+		+						+			+				+		+										
ОК 03	+						+	+														+					+	+	+	
ОК 04										+					+												+			
ОК 05	+									+					+												+			
ОК 06	+								+																+	+	+			
ОК 07	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+		+				+	+	+								+	+	
ОК 08					+			+			+																			
ОК 09	+			+			+	+				+								+	+		+				+	+	+	
ОК10	+	+	+		+	+		+			+		+	+				+	+	+								+	+	
ОК11		+	+	+	+		+	+			+	+	+		+	+		+		+	+		+				+	+	+	
ОК12	+						+	+															+				+	+	+	
ОК13	+			+			+	+	+	+								+			+	+			+	+	+		+	
ОК14	+			+			+	+	+				+						+	+	+	+	+				+	+	+	+
ОК15	+			+	+		+	+	+		+				+	+		+	+	+	+		+	+		+	+			
ОК16	+			+	+	+	+	+	+	+		+						+	+		+	+			+	+	+		+	
ОК16.1	+			+	+	+	+	+	+	+		+						+	+		+	+			+	+	+		+	
ОК17	+			+			+	+	+	+								+			+	+			+	+	+		+	
ОК18	+			+	+		+	+	+	+					+			+		+	+	+		+	+	+	+	+		
ОК19	+			+			+	+					+							+	+	+	+				+	+	+	+
ОК20	+			+	+		+	+					+	+		+			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	
ОК21	+							+	+	+	+			+				+	+					+	+			+	+	

Компо- ненти освітньої програми	Інтегральна компетентність	Компетентності																												
		Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності														
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК15*
OK22	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+	+	+			+		+	+		+				+	+	+	
OK23	+					+		+					+	+				+					+	+	+				+	+
OK23.1	+					+		+					+	+				+				+	+	+					+	+
OK24	+			+			+	+	+	+	+							+	+	+	+	+						+	+	
OK25	+			+			+	+					+					+		+	+		+	+		+		+	+	+
OK26	+			+			+		+	+	+							+			+	+					+	+	+	+
OK27	+			+		+	+	+	+	+			+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
OK28	+			+	+		+	+	+	+						+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
OK29	+				+		+	+			+	+			+	+		+	+	+							+		+	
OK30	+							+		+			+						+					+	+	+	+			
OK31	+			+			+	+	+	+	+		+					+		+	+	+		+	+			+	+	
OK32	+			+			+	+	+	+			+					+	+	+	+	+		+	+				+	
OK33	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+

**5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН)
ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**

Компо- ненти освітньої програми	Програмні результати навчання																		
	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19*
OK 01															+			+	
OK 02												+						+	
OK 03									+										
OK 04																	+		
OK 05																	+		
OK 06							+												
OK 07										+		+		+				+	
OK 08												+							
OK 09											+								
OK10												+		+	+			+	
OK11											+	+					+	+	
OK12									+										
OK13		+		+			+												
OK14						+					+								+
OK15	+					+		+									+		
OK16		+		+			+							+					
OK16.1		+		+			+							+					
OK17		+		+			+												
OK18		+			+			+											
OK19					+						+								+
OK20			+		+			+			+								
OK21			+							+									
OK22										+	+				+				
OK23			+										+						+
OK23.1			+										+						+

Компо- ненти освітньої програми	Програмні результати навчання																		
	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18	ПРН19 [*]
OK24						+				+									
OK25			+		+														+
OK26					+					+									+
OK27			+	+		+	+		+				+						+
OK28		+		+		+		+											+
OK29												+				+	+		
OK30			+				+												
OK31			+			+				+									
OK32			+	+		+													
OK33			+	+		+		+		+		+	+			+	+	+	+

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Стандарт вищої освіти України спеціальності 075 «Маркетинг», затверджений і введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 – <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010. – К. : Видавництво «Соцінформ», 2010.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341.
5. Національна рамка кваліфікацій. – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п/paran12#n12>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 року № 266. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
7. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с.
8. Стратегічний план розвитку Одеської національної академії харчових технологій на період до 2027 року – <https://www.onaft.edu.ua/download/pubinfo/Long-term-Devel-Strategy-2027.pdf>

Додатковий перелік документів:

9. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>
10. Tuning Educational Structures in Europe [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>
11. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. Укладачі: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. – К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. – 100 с.
12. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти [Електронний ресурс]. – режим доступу: <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>
13. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. Укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С., Ковтунець В., Курбатов С. та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – Київ : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с.

Керівник робочої групи
(гарант ОП)

«___» _____ 2021 р

О.О.Голубьонкова

Члени робочої групи:

«___» _____ 2021 р.

В.В.Лагодієнко

«___» _____ 2021 р.

Г.М.Лозовська

«___» _____ 202_ р.

К.Р.Григоренко

Зареєстровано:
Відділ ЛАтаС НЦ ООП

Хронологія перегляду освітньої програми

Удосконалено зміст ОП – освітні компоненти було переведено з вибірових до обов’язкових (ОК20 «Основи креативного мислення», ОК 23.1 «Курсова робота з дисципліни «Маркетингова товарна політика», ОК28 «Стратегічний маркетинг та планування»).

Розширено перелік вибірових дисциплін («Маркетинг комп’ютерних ігор», «Маркетингові дослідження в Інтернет», Тренінги-практикуми за різними напрямками).