

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

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

Кваліфікація: бакалавр

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

Ф.В. Єгоров /

(протокол № 5 від 20.04.2018 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2018 р.

Ректор Ф.В. Єгоров /


(наказ № 147 від 25.04.2018 р.)

Одеса – 2018 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
«__» _____ 20__ р.


Ф.А. Трішин

Директор НМЦ ЗЯВО
«__» _____ 20__ р.


В.Г. Мураховський

Голова Науково-методичної Ради
зі спеціальностей 075 «Маркетинг»,
076 «Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність» галузі знань
07 «Управління та адміністрування»
«__» _____ 20__ р.


М.Р. Мардар

«__» _____ 20__ р.

«__» _____ 20__ р.

«__» _____ 20__ р.

«__» _____ 20__ р.

«__» _____ 20__ р.

«__» _____ 20__ р.

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

Освітня програма «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII, 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 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

<i>1. Загальна інформація</i>	
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 (денна форма), 4 роки 10 місяців (заочна форма) на основі повної середньої освіти
Наявність акредитації	-
Цикл/рівень	FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень
Передумови	Повна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	-
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nv.onaft.edu.ua
<i>2. Мета освітньої програми</i>	
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	
<i>3. Характеристика освітньої програми</i>	
Предметна область	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма «Маркетинг» <ul style="list-style-type: none"> 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

	<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
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	<p>Підготовка компетентних фахівців у сфері маркетингової діяльності у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг</p> <p>Ключові слова: Маркетинг, система маркетингу, принципи маркетингу, маркетингова діяльність підприємства, управління маркетинговою діяльністю</p>
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. Здатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання	
Працевлаштування	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (державні, муніципальні, комерційні, некомерційні), та за будь-якими видами економічної діяльності.</p> <p>Професійні назви робіт (за ДК 003:2010):</p> <p>1210.1 Начальник агентства (рекламно-інформаційного).</p> <p>1233 Директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу.</p> <p>1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю).</p> <p>1317 Директор малої фірми (рекламної); керуючий агентством (рекламним).</p> <p>1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю.</p> <p>1476.1 Менеджер (управитель) з реклами.</p>
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	

<p>Викладання та навчання</p>	<p>Навчання проблемно-орієнтовне, з набуттям необхідних загальних та спеціальних фахових компетентностей, необхідних для генерації ідей, розв'язання комплексних завдань щодо маркетингової діяльності підприємств.</p> <p>Стиль навчання – студентоцентричний, проблемно-орієнтований, з ініціативною самоосвітою.</p> <p>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.</p> <p>Апробація результатів досліджень студентів відбувається на науково-практичних конференціях та семінарах, впровадженням результатів досліджень та розробок у практику маркетингової діяльності підприємств.</p> <p>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.</p> <p>Завершується навчання публічною презентацією та захистом кваліфікаційної роботи.</p>				
<p>Оцінювання</p>	<p>Оцінювання якості засвоєння здійснюється за 100-бальною шкалою ЕКТС (ECTS), національною чотирьох бальною системою.</p> <p>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.</p>				
<p>6. Програмні компетентності</p>					
<p>Інтегральна компетентність</p>	<p>Здатність вирішувати 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.</p>				
<p>Загальні компетентності (ЗК)</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="464 1598 578 1724">ЗК1</td> <td data-bbox="578 1598 1412 1724">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.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="464 1724 578 1852">ЗК2</td> <td data-bbox="578 1724 1412 1852">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,</td> </tr> </table>	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.	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,
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.				
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 інноваційної 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
	ПРН 16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
	ПРН 17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології

	ПР Н18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності
	ПР Н19 *	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, воркшопах 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» http://nv.onaft.edu.ua/download/normbd/32813.pdf
Міжнародна кредитна мобільність		ОНАХТ має партнерські угоди міжнародної академічної мобільності з 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

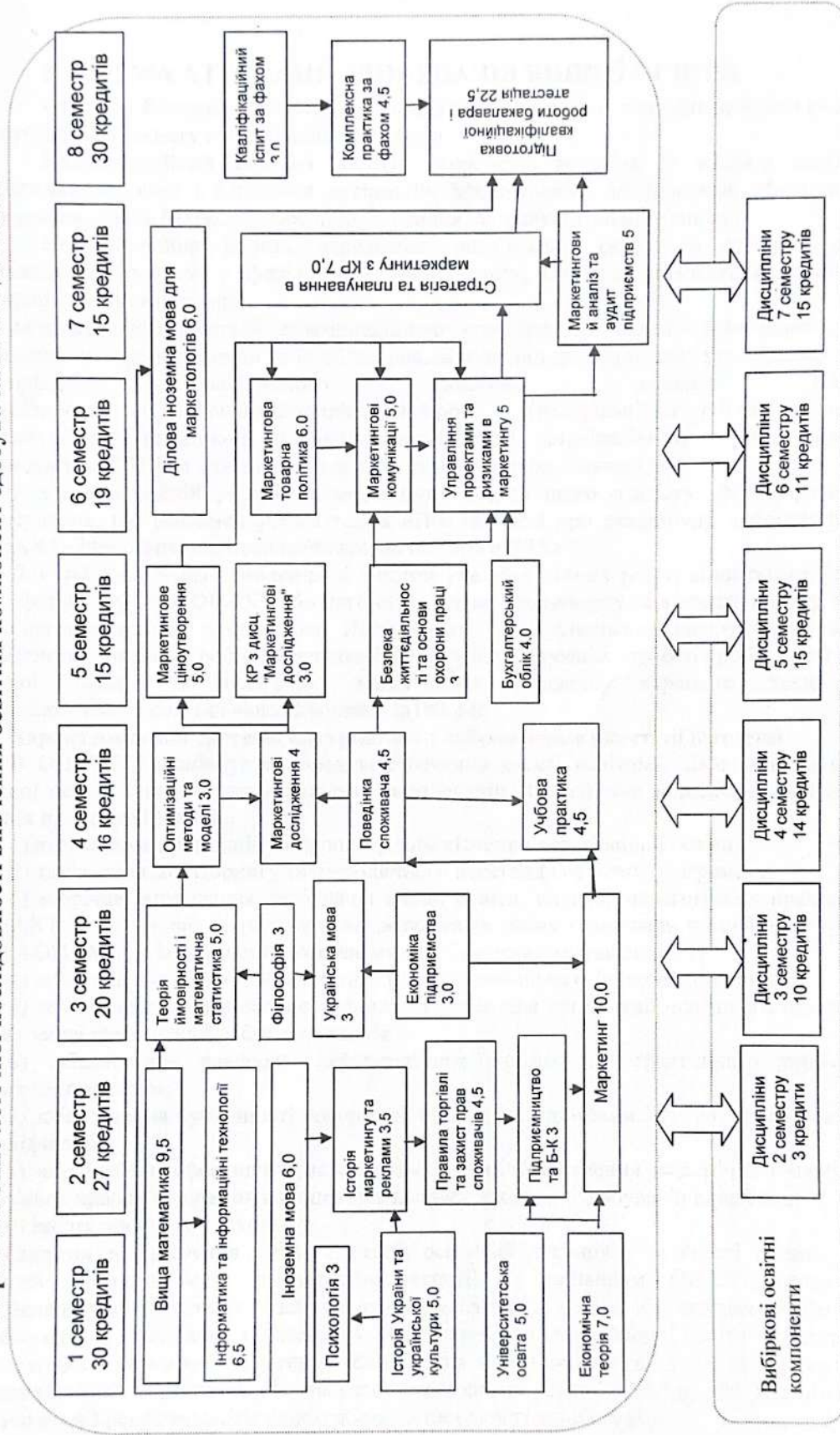
ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ				
ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ				
OK1	Історія України та української культури	150	5	екзамен
OK2	Філософія	90	3	диф.залік
OK3	Вища математика	285	9,5	диф.залік, екзамен
OK4	Українська мова	90	3	диф.залік
OK5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	180	6	диф.залік, екзамен
OK6	Інформатика та інформаційні технології	195	6,5	диф.залік, екзамен
OK7	Психологія	90	3	диф.залік
	Разом	1080	36	x
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ				
OK8	Підприємництво та бізнес-культура	90	3	диф.залік
OK9	Економічна теорія	210	7	екзамен
OK10	Університетська освіта	150	5	диф.залік
OK11	Історія маркетингу та реклами	105	3,5	диф.залік
OK12	Теорія ймовірності і математична статистика	150	5	екзамен
OK13	Оптимізаційні методи та моделі	90	3	диф.залік
OK14	Економіка підприємства	90	3	екзамен
OK15	Маркетинг	300	10	екзамен
OK16	Маркетингові дослідження	120	4	екзамен
OK17	Курсова робота з дисципліни "Маркетингові дослідження"	90	3	диф.залік
OK18	Стратегія та планування маркетингу	120	4	екзамен
OK19	Поведінка споживача	135	4,5	екзамен
OK20	Правила торгівлі та захист прав споживачів	135	4,5	екзамен
OK21	Маркетинговий аналіз та аудит підприємств харчової та переробної промисловості	150	5	екзамен
OK22	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	90	3	екзамен
OK23	Маркетингова товарна політика	180	6	екзамен
OK24	Бухгалтерський облік	120	4	екзамен
OK25	Маркетингове ціноутворення	150	5	екзамен
OK26	Маркетингові комунікації	150	5	екзамен
OK27	Управління проектами та ризиками в маркетингу	150	5	екзамен
OK28	КР з дисципліни Стратегія та планування маркетингу	90	3	диф.залік
OK29	Ділова іноземна мова для маркетологів	180	6	диф.залік
OK30	Учбова практика	135	4,5	диф.залік

ОК31	Комплексна практика за фахом	135	4,5	диф.залік
ОК32	Кваліфікаційний іспит за фахом	90	3	екзамен
ОК33	Підготовка кваліфікаційної роботи бакалавра і атестація	675	22,5	публічний захист
	Разом	4080	136	х
	РАЗОМ ОBOB'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ	5160	172	х
ВИБІРКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ *				
ВК 1	Вибіркова компонента 2 семестру	90	3	диф. залік/ екзамен
ВК 2	Вибіркова компонента 3 семестру	300	10	диф. залік/ екзамен
ВК 3	Вибіркова компонента 4 семестру	420	14	диф. залік/ екзамен
ВК 4	Вибіркова компонента 5 семестру	450	15	диф. залік/ екзамен
ВК 5	Вибіркова компонента 6 семестру	330	11	диф. залік/ екзамен
ВК 6	Вибіркова компонента 7 семестру	450	15	диф. залік/ екзамен
	РАЗОМ	2040	68	Х
	РАЗОМ ЗА ОПП	7200	240	Х

* є можливість вибору дисципліни з іншої ОП

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Короткий опис логічної послідовності вивчення освітніх компонент здобувачами вищої освіти



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 проектів/робіт, кваліфікаційних робіт, курсових проектів/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.

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	
ОК24					*	*				*										*
ОК25		*			*															*
ОК26				*	*	*	*		*	*			*							*
ОК27			*	*	*	*	*	*	*				*							*
ОК28			*	*	*	*	*	*	*			*	*			*	*			*
ОК29																*	*			
ОК30			*				*										*			
ОК31			*			*			*	*										
ОК32			*	*		*														*
ОК33			*	*		*				*			*				*	*		*

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 «Соціформ», 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-p/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-p>.
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.