

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ АНТОНА МАКАРЕНКА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь: бакалавр

ЗАТВЕРДЖЕНО

ПЕДАГОГІЧНОЮ РАДОЮ

(протокол № 9 від "24" 06 2023 р.)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з
01 вересня 2023 р.

Т.в.о. директора М.Ш. Валентина КОНДРАТЬЄВА



Київ 2023

I Преамбула

Освітня програма «Маркетинг»: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 –
Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг.

Розроблено робочою групою викладачів кафедри маркетингу у складі:

Котирло О.О.

керівник проектної групи, кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії, голова циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка

Мараховська К.А.

кандидат економічних наук, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка

Носенко В.В.

кандидат економічних наук, спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка

II Загальна характеристика

| | |
|-------------------------------------|---|
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) рівень |
| Ступінь вищої освіти | Бакалавр |
| Галузь знань | 07 – Управління та адміністрування /07 Management and Administration |
| Спеціальність | 075 – Маркетинг/075 Marketing |
| Обмеження щодо форм навчання | Без обмежень |
| Освітня кваліфікація | Бакалавр з маркетингу |
| Професійна кваліфікація | Не надається |
| Передумови | Наявність повної загальної середньої освіти |
| Кваліфікація в дипломі | Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Спеціалізація - немає Освітня програма – Маркетинг |
| Опис предметної області | <p><i>Мета освітньої програми:</i> підготовка компетентного професійного фахівця з маркетингу, здатного вирішувати управлінські завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, дослідницькою діяльністю та управлінням маркетингом суб'єктами господарювання, розробляти ефективну систему маркетингових комунікацій, формувати та реалізувати цінову, збутову, товарну політику підприємства, розв'язувати проблеми розробки та реалізації маркетингової стратегії підприємства усіх форм власності.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення економічних та соціальних інтересів суспільства та держави в цілому. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу як висококваліфікованих професійних фахівців з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, здатними вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, дослідницькою діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності а також вести типову дослідницьку |

| | |
|--|---|
| | <p>роботу в сфері маркетингу.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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; інтеграція фахової підготовки в галузі маркетингу, практичне застосування маркетингового інструментарію в діяльності підприємств. • <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності, а також збирання і аналізу даних, що передбачають як аудиторну, так і для самостійну дослідницьку роботу, а саме: методи та технології проведення маркетингових досліджень; дослідження маркетингового середовища; сегментування ринку; діагностика конкурентоспроможності підприємства; технології формування конкурентних переваг та ін. <p><i>Інструменти або обладнання:</i> маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; глобальна мережа Інтернет; інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи та програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p><i>Особливості освітньої програми:</i></p> <p>освітня програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингу та орієнтує на подальшу професійну діяльність або навчання у сфері маркетингової діяльності суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм та власності. Враховує новітні вимоги до вирішення практичних проблем шляхом використання набутих знань фахівцями з сучасними перспективними засобами мислення. Інтегрована підготовка здобувачів освіти поєднує чітку теоретичну та практичну спрямованість щодо організації маркетингової діяльності на базі НТФ «Спокуса», що дає змогу сформувати практичні навички за спеціальністю «Маркетинг» згідно новітніх вимог до вирішення практичних проблем зі спеціальності.</p> |
| <p>Академічні права випускників</p> | <p>Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти.</p> <p>Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти та в системі міждисциплінарних програм.</p> |

**III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття першого
(бакалаврського)
ступеня вищої освіти**

| | |
|--|---|
| <p><i>Обсяг освітньої програми бакалавра</i></p> | <p>Освітня програма складає 240 кредитів ЄКТС;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; ➤ на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» /освітнього ступеня «молодший бакалавр» /освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр») – 120 кредитів ЄКТС коледж має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньо-професійної програми підготовки фахового молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; ➤ на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»/освітнього ступеня «молодший бакалавр» / освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр») – не більше ніж 120 кредитів ЄКТС коледж має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньо-професійної програми підготовки фахового молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) спеціальності 051 «Економіка» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; ➤ на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»/освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр») – не більше ніж 120 кредитів ЄКТС коледж має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньо-професійної програми підготовки фахового молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) спеціальності 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; ➤ інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. <p>100% обсягу освітньої програми спрямовано на досягнення результатів навчання і загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю Маркетинг, визначених Стандартом вищої освіти 075 Маркетинг.</p> |
|--|---|

IV Перелік компетентностей випускника

| | |
|---|--|
| 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 компетентності | <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 працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> |
| Спеціальні (фахові) компетентності | <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</p> |

| | |
|--|---|
| | 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 крос-функціональному розрізі. |
| | СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. |

V Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

| |
|--|
| P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. |
| P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. |
| P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. |
| P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. |
| P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. |
| P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. |
| P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також |

| |
|---|
| <p>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. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</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. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</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> |

VI Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

| | |
|--|---|
| Форми атестації здобувачів вищої освіти | Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену - комплексного кваліфікаційного екзамену. |
| Вимоги до атестаційного екзамену | Комплексний кваліфікаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти 075 Маркетинг та цією освітньою програмою. Атестація здійснюється відкрито і публічно. |

VII Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У Коледжі функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (внутрішня система забезпечення якості освіти), яка передбачає здійснення відповідних процедур і заходів:

| | |
|--|---|
| Визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти | <p>Освітній фокус освітньої програми: загальна вища освіта в галузі маркетингу. Відповідно до Статуту Коледжу, акцент програми ставиться на формування знань, умінь та компетентностей щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах.</p> <p>Освітня програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. При реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх маркетингових технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки. Таким чином, у результаті навчання за даною програмою здобувачі освіти отримують універсальні компетентності в області маркетингу.</p> <p>Розроблені та діють: Статут Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка, Положення про організацію освітнього процесу.</p> |
| Здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм | <p>Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітню програму регулюється Положенням про освітньо-професійну програму підготовки здобувачів фахової передвищої та вищої освіти та Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості) в Коледжі.</p> <p>Також застосовується метод анкетного опитування, експертного оцінювання актуальності змісту освітньої програми, аналізу результатів досягнутих результатів здобувачами освіти, аналізу відгуків роботодавців, аналізу рівня працевлаштування тощо.</p> <p>Здобувачі вищої освіти та роботодавці двічі на рік (жовтень та травень)/та за необхідності залучаються до обговорення процедур і заходів забезпечення якості освіти на засіданнях циклової комісії заганоєкономічних та профільно-орієнтованих економічних дисциплін.</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб</p> | <p>Система оцінювання знань в Коледжі за дисциплінами освітньої програми 075 «Маркетинг» здійснюється за 100-бальною системою оцінювання через такі види контролю з накопиченням отриманих балів: поточний, контрольний, проміжний (захист лабораторних, практичних, самостійних робіт), підсумковий (екзамени, залікові роботи, захисти звітів з практик та курсових робіт), самоконтроль, комплексний кваліфікаційний іспит.</p> <p>Поточний контроль знань проводиться в усній формі (опитування за результатами опрацьованого матеріалу) або письмовій формі.</p> <p>Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену/заліку проводиться у письмовій або усній формі з можливою подальшою усною співбесідою. За результатами підсумкового контролю посеместрово здійснюється рейтингове оцінювання здобувачів освіти коледжу та результати висвітлюються на офіційному веб-сайті коледжу.</p> <p>Рейтингове оцінювання науково-педагогічних і педагогічних працівників коледжу здійснюється щорічно та результати висвітлюються на офіційному веб-сайті коледжу.</p> |
| <p>Забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників</p> | <p>Спеціальність 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування забезпечена стабільним колективом викладачів з педагогічним стажем/досвідом практичної роботи. Всі викладачі коледжу мають вищу освіту рівня магістр.</p> <p>Підвищення кваліфікації педагогічних працівників відбувається шляхом участі у семінарах, тренінгах, вебінарах, участі у міжнародних проектах та навчанням на курсах підвищення кваліфікації.</p> <p>В установлені терміни проводиться атестація викладачів згідно з «Порядком підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 21.08.2019 р., № 800 «Деякі питання підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників» (із змінами та доповненнями). Не атестованих та умовно атестованих викладачів немає.</p> <p>Прийняття на роботу здійснюється на конкурсних засадах шляхом проведення оголошеного публічного конкурсу вакансії.</p> |
| <p>Забезпечення наявності необхідних ресурсів для</p> | <p>Кадрове забезпечення відповідає рівню вимог щодо ліцензування спеціальності.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою</p> | <p>Київський професійно-педагогічний фаховий коледж імені Антона Макаренка розташований у шестиповерховій будівлі загальною площею 13714,2 кв. м.</p> <p>Навчально-матеріальна база коледжу відповідає вимогам навчального плану спеціальності та відповідає ліцензійним вимогам.</p> <p>Теоретична та практична підготовка фахівців спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування здійснюється у навчальних приміщеннях, де діють 18 кабінетів, 3 комп'ютерних кабінети.</p> <p>Електронне оснащення та програмне забезпечення освітнього процесу, інформаційно-технічні засоби навчання; сучасне промислове, дослідницьке, технологічне обладнання та програмне забезпечення предметної галузі відповідно до спеціалізації.</p> <p>Навчальний процес має достатній рівень забезпечення технічними засобами навчання. Кабінети і лабораторії забезпечені необхідним устаткуванням, наочними посібниками та літературою. Фонд бібліотеки становить 66066 примірників.</p> <p>Крім навчальних приміщень в корпусі розміщено кабінети адміністрації, бібліотека, читальна зала, спортивна зала, актовна зала, медичний пункт, майстерні.</p> <p>Коледж має на своєму балансі один гуртожиток для проживання іногородніх студентів.</p> <p>За період з 2015 р. по теперішній час приділялась увага придбанню навчальної та наукової літератури. Реалізуються заходи щодо удосконалення організації дистанційного навчання здобувачів освіти, в т.ч. через постійний моніторинг, актуалізацію курсів дисциплін, активізацію використання освітнього контенту Google Classroom для здобувачів освіти.</p> <p>У коледжі значна увага приділяється підвищенню якості самостійної роботи студентів та роботі Студентського наукового товариства, що сприяє розвитку особистих здібностей, підвищенню якості знань, закладає фундамент до самоосвіти, що має важливе значення у їх майбутній професійній діяльності.</p> |
| <p>Забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного</p> | <p>Освітній процес здійснюється за наявності освітньо-професійної програми, навчального плану, 100%</p> |

| | |
|---|--|
| управління освітнім процесом | <p>наявністю навчально-методичних комплексів з кожної дисципліни в які входять навчальні програми, робочі навчальні програми, плани семінарських, практичних занять, завдань для лабораторних /практичних /семінарських робіт, методичних вказівок і тематичних контрольних, курсових робіт, пакетів комплексних контрольних робіт, програми всіх видів практик, методичні вказівки щодо проведення державної атестації, критерії оцінювання. При розробці навчальних матеріалів з дисциплін враховуються пізнавальні потреби, інтереси здобувачів освіти та вимоги роботодавців.</p> <p>В коледжі створена постійно діюча методична рада коледжу, діяльність якої направлена на методичне забезпечення практичних робіт, самостійної роботи здобувачів освіти, розробку і застосування прикладних і комп'ютерних програм підготовки фахівців, включаючи інноваційні розробки.</p> <p>В березні 2014 року на базі коледжу створено Центр педагогічної майстерності для посилення науково-методичної діяльності коледжу за рахунок інтеграції науково-експериментальних досліджень Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України з підвищення рівня педагогічної майстерності викладачів, педагогів професійного навчання та здобувачів освіти – майбутніх педагогів ЦПТО.</p> |
| Забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації | <p>Інформація про діяльність закладу та всі освітньо-професійні програми, освітні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової передвищої освіти, освітнього ступеня вищої освіти оприлюднюється на веб-сайті Коледжу http://kppk.com.ua/.</p> |
| Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату | <p>Курсові та наукові роботи здобувачів вищої освіти, наукові роботи педагогічних працівників перевіряються на предмет академічного плагіату. Основні процедури регламентуються Положенням «Про організацію освітнього процесу», Положенням про забезпечення академічної доброчесності у Київському професійно-педагогічному фаховому коледжі імені Антона Макаренка.</p> |
| Інші процедури і заходи | <p>Основні підходи, методи та технології, які</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>використовуються у даній програмі: студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо.</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійної роботи тощо.</p> <p>Освітня програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. При реалізації даної програми значна увага буде надана застосуванню новітніх методологічних технологій маркетингу.</p> <p>У коледжі значна увага приділяється підвищенню якості самостійної роботи студентів та роботі Студентського наукового товариства, що сприяє розвитку особистих здібностей, підвищенню якості знань, закладає фундамент до самоосвіти, що має важливе значення у їх майбутній професійній діяльності.</p> <p>Діючу інституційну систему внутрішнього забезпечення якості відображено у Положенні про організацію освітнього процесу, Правилах внутрішнього розпорядку, Положенні про забезпечення якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості).</p> <p>Визнання результатів навчання, здобутих у неформальній чи інформальній освіті здійснюється в обсязі, що, як правило, не перевищує 10% від загального обсягу кредитів передбачених цією освітньо-професійною програмою, але в межах навчального року - не більше 6 кредитів що регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній або інформальній освіті.</p> <p>Перезарахуванню можуть підлягати результати навчання шляхом неформальної освіти, що за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як навчальній дисципліні в цілому, так і її окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню (курсній роботі, контрольній роботі тощо), які передбачені робочою програмою даної навчальної дисципліни.</p> <p>Здобувачі вищої освіти можуть скористатися можливістю академічної мобільності за освітньо-професійної програми 075 «Маркетинг», що</p> |
|--|--|

| | |
|---|---|
| | передбачено Положенням «Про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу». Їм гарантується збереження місця навчання та виплати стипендій. |
| Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми | http: //kppk.com.ua/ |

**Матриця відповідності компетентностей
дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)**

| | Знання | Уміння | Комунікація | Автономія та відповідальність |
|--|---|---|---|--|
| Класифікація компетентностей за НРК | Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень | Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів | К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію | АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності |
| | Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності | | | |
| Загальні компетентності - 14 | | | | |
| ЗК1 | | | | АВ2 |
| ЗК2 | | | | АВ2 |
| ЗК3 | | УМ1 | К1 | |
| ЗК4 | ЗН1 | УМ1 | | |
| ЗК5 | | | К2 | АВ1 |
| ЗК6 | ЗН2 | | | |
| ЗК7 | ЗН1 | УМ1 | | АВ1 |
| ЗК8 | | УМ1 | | |
| ЗК9 | | УМ1 | | |
| ЗК10 | | | К1 | |
| ЗК11 | | | К2 | АВ1 |
| ЗК12 | | | К2 | |
| ЗК13 | ЗН2 | УМ1 | | |
| ЗК14 | | УМ1 | К2 | АВ2 |
| Спеціальні (фахові) компетентності - 14 | | | | |
| СК1 | ЗН1 | | К1 | |
| СК2 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК3 | | УМ1 | К1 | |
| СК4 | ЗН2 | | К1 | АВ2 |
| СК5 | ЗН2 | УМ1 | | |
| СК6 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК7 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК8 | ЗН2 | УМ1 | К1 | АВ1 |
| СК9 | ЗН1 | | К1 | |
| СК10 | ЗН1 | УМ1 | | |
| СК11 | ЗН2 | УМ1 | К1 | |
| СК12 | | УМ1 | К2 | АВ1 |
| СК13 | | УМ1 | К1 | АВ1 |
| СК14 | | УМ1 | К1 | АВ1 |

Таблиця 1.3

Матриця «Дисципліни – Результати навчання»

| Дисципліни / Результати навчання | P 1 | P 2 | P 3 | P 4 | P 5 | P 6 | P 7 | P 8 | P 9 | P 10 | P 11 | P 12 | P 13 | P 14 | P 15 | P 16 | P 17 | P 18 |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Українська мова (за проф. спрямуванням) | | | | + | | | | | | + | + | + | | | | + | + | + |
| БЖД (основи охорони праці) | | | | | | | | | | | | | + | + | | + | | + |
| Філософія | + | + | | | + | | | | + | | | + | | | + | | | + |
| Іноз.мова (за проф. спрямуванням) | | | | + | | | | | | + | + | + | | | | + | + | + |
| Історія української культури | | + | | | | | | | | + | | + | | | + | | | + |
| Політологія | | + | | | | | | | | + | | + | | | + | | | + |
| Історія України | | + | | | | | | | | + | | + | | | + | | | + |
| Вища математика | | + | | + | + | | + | | + | | | | | | | | | |
| Теорія ймовірності та мат.статист. | | + | | + | + | | + | | + | | | | | | | | | |
| Історія економіки та економ. думки | | + | + | + | | + | | + | | + | + | | + | | | | | + |
| Бухгалтерський облік | | | + | + | | | + | | + | + | | | | | | | | |
| Політекономія | + | + | + | | | + | | | | | | | | | | | | + |
| Економіка підприємства | + | + | + | | | + | | | | | | | | | | | | + |
| Фінанси підприємства | | + | + | + | | + | + | | | | | | | | | + | | |
| Фінансовий облік | | + | + | + | | | + | | + | + | | | | | | | | |
| Комерційне товарознавство | | | | | + | | | | | | | | | | + | | | + |
| Інфраструктура товарного ринку | | | | | + | | | + | + | | | | + | | + | | | |
| Основи ринкових досліджень | + | + | + | + | + | + | + | | + | | | | | + | | | | |
| Маркетинг | | | + | + | | + | + | | + | | | | | | | + | | |
| Маркетингова цінова політика | + | + | + | + | | | | | + | + | | | | + | | + | | |
| Комерційна діяльність | | | | | + | | | + | + | | | | + | | + | | | |
| Комунікаційна діяльність | | + | + | | | | | + | | + | + | + | + | + | + | | | |
| Інформатика та комп'ютерна техніка | | | | + | + | | + | + | | | | | | | | + | | |
| Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності | | | | + | + | | + | + | | | | | | | | + | | |

Таблиця 1.4

Матриця «Дисципліни – Компетентності»

| Дисципліни / Компетентності | ІК | ЗК 1 | ЗК 2 | ЗК 3 | ЗК 4 | ЗК 5 | ЗК 6 | ЗК 7 | ЗК 8 | ЗК 9 | ЗК 10 | ЗК 11 | ЗК 12 | ЗК 13 | ЗК 14 | СК 1 | СК 2 | СК 3 | СК 4 | СК 5 | СК 6 | СК 7 | СК 8 | СК 9 | СК 10 | СК 11 | СК 12 | СК 13 | СК 14 |
|--|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Українська мова (за професійним спрямуванням) | + | | | | + | | + | | | + | | | + | | | + | | | | | | | | | | | + | | |
| Філософія | + | + | + | + | | | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | | | | | |
| Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | + | | | | + | | + | | | | + | + | + | | + | | | | | | | | | | | | + | | |
| Історія української культури | + | + | + | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Політологія | + | + | + | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Історія України | + | + | + | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Мікроекономіка | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | + | | | |
| Макроекономіка | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | + | | | |
| Історія економіки та економічної думки | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | + | | | |
| Вища математика | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | |
| Теорія ймовірності і математична статистика | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | |
| Інтернет-маркетинг | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | |
| Бренд-маркетинг | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | |
| Менеджмент | + | | | | | | | | | | | + | | | | | + | | | | | | + | | + | + | + | + | + |
| Маркетинг | + | | | + | + | + | + | + | + | + | | | | | | + | + | + | | + | + | | | | | + | + | | |
| Стратегічне управління | + | | + | | | | | + | | | | | + | | | | | | + | + | | | | | | + | | | |
| Фінанси | + | | + | | | | | + | | | | | | + | | | | | + | + | | | | | | + | | | |
| Економіка праці та соціально-трудова відносини | + | + | + | | + | + | + | + | | | | + | | | + | | | | | | | + | + | | | + | | + | + |
| Міжнародна економіка | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | | | + | | | | | | | + | | | |
| Аудит в маркетингу | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | + | + | + | + | + | | | + | | | | |

| Дисципліни / Компетентності | ІК | 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 |
|---------------------------------------|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|
| Статистика | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | + | + | + | + | + | | | + | | | | |
| Регіональна економіка | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | | | + | | | | | | | + | | | |
| Маркетинг послуг | + | | | + | + | + | + | + | + | + | | | | | | + | + | + | | + | + | | + | | | + | + | | |
| PR - комунікації | + | | | | | | | | + | + | | + | + | + | | + | + | | | + | | | | + | + | + | + | + | + |
| Технологічна практика | + | | + | + | + | + | | + | + | + | + | | | | | + | + | + | + | + | | | | | | | | | |
| Інвестування, страхування | + | | + | | | | | + | | | | | | | | | | + | | | | | | | | + | | + | |
| Маркетингове ціноутворення | + | | | + | + | + | + | + | | + | | | | | | + | + | | | + | | + | + | | | + | + | | |
| Сучасне діловодство | + | | | | | | | | | + | | | + | | + | | | | | + | | | | | + | | | | |
| Господарське право | + | | + | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | + | + | | | + | | + | |
| Конституційне право | + | + | + | + | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | | | |
| Психологія та педагогіка | + | + | + | + | + | + | | | + | | | + | + | | + | | | | | | | + | | | | + | | | |
| Психологія ділового спілкування | + | + | + | + | + | + | | | + | | | + | + | | + | | | | | | | + | | | | + | | | |
| Фізичне виховання | + | + | + | | | + | | | | | | + | | | + | | | | | | | | | | | | | | |
| БЖД (Основи охорони праці) | + | + | | | + | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Бухгалтерський облік | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | + | + | + | + | + | | | + | | | | |
| Політекономія | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Економіка підприємства | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | + | | | |
| Фінанси підприємства | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | + | + | + | + | + | | | + | | | | |
| Комерційне товарознавство | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | + | | | |
| Фінансовий облік | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | | + | + | + | + | + | + | | | + | | | | |
| Комунікаційна діяльність | + | | | | | | | | + | + | | + | + | + | | + | + | | | + | | | | + | + | + | + | + | + |
| Інфраструктура товарного ринку | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | + | | | |
| Основи філософських знань (філософія) | + | + | + | + | | | | | | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|--|---|---|---|--|---|
| Основи ринкових досліджень | | | + | | | | + | | + | | | | | | | + | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | + |
| Маркетингова цінова політика | + | | | + | + | + | + | + | + | + | | | | | | + | + | + | | + | + | | | | + | + | | |
| Комерційна діяльність | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | + | | |
| Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | + | | | | | | | | | | | | |
| Навчальна практика зі спеціальності | + | | + | + | + | + | | + | + | + | + | | | | | + | + | + | + | + | | | | | | | | |
| Культурологія | + | + | + | + | | | | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | | | | |
| Інформатика та комп'ютерна техніка | + | | + | + | + | + | | + | + | + | | | | | | + | | | | | | | | | | | | |
| Підприємницька діяльність | + | | + | + | + | + | + | + | | | | | | | | + | | + | | | | | | | | + | | |
| Поведінка споживача | + | | | + | + | + | + | + | + | + | | | | | | + | + | + | | + | + | | | | + | + | | |

2. 1 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики) | Кількість кредитів | Форма підсумк. контролю |
|--|---|-----------------------|-------------------------------|
| Освітні компоненти, що формують загальні компетентності | | | |
| ОК 1 | Українська мова (за професійним спрямуванням) | 6 | Екзамен |
| ОК 2 | Філософія | 3 | Екзамен |
| ОК 3 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | 6 | Диф. залік |
| ОК 4 | Історія української культури | 3 | Екзамен |
| ОК 5 | Політологія | 3 | Диф. залік |
| ОК 6 | Історія України | 6 | Екзамен |
| ОК 7 | Мікроекономіка | 4 | Екзамен |
| ОК 8 | Макроекономіка | 4 | Екзамен |
| ОК 9 | Історія економіки та економічної думки | 4 | Екзамен |
| ОК 10 | Вища математика | 7 | Диф. Залік Екзамен |
| ОК 11 | Теорія ймовірності і математична статистика | 4 | Екзамен |
| ОК 12 | Основи філософських знань (філософія) | 3 | Екзамен |
| ОК 13 | Фізичне виховання | 2,5 | Диф. залік |
| ОК 14 | БЖД (Основи охорони праці) | 4 | Диф. залік |
| ОК 15 | Бухгалтерський облік | 4 | Екзамен |
| ОК 16 | Політекономія | 4 | Екзамен |
| ОК 17 | Економіка підприємства | 4 | Екзамен |
| ОК 18 | Фінанси підприємства | 4 | Диф. залік |
| ОК 19 | Культурологія | 2 | Диф. залік |
| ОК 20 | Інформатика та комп'ютерна техніка | 4.5 | Диф. залік |
| Разом: | | 82 | |
| Освітні компоненти, що формують спеціальні компетентності | | | |
| ОК 21 | Інтернет-маркетинг | 3 | Диф. залік |
| ОК 22 | Бренд-маркетинг | 4 | Екзамен |
| ОК 23 | Менеджмент | 4 | Екзамен |
| ОК 24 | Маркетинг | 8 | Диф. залік Екзамен |
| ОК 25 | Стратегічне управління | 4 | Диф. залік |
| ОК 26 | Фінанси | 4 | Екзамен |
| ОК 27 | Економіка праці та соціально-трудова відносини | 4 | Екзамен |
| ОК 28 | Міжнародна економіка | 4 | Диф. залік |
| ОК 29 | Аудит в маркетингу | 3 | Диф. залік |
| ОК 30 | Статистика | 8 | Екзамен Диф. залік |
| ОК 31 | Регіональна економіка | 4 | Екзамен |
| ОК 32 | Маркетинг послуг | 5 | Екзамен |
| ОК 33 | PR - комунікації | 4 | Диф. залік |
| ОК 34 | Маркетингове ціноутворення | 4 | Екзамен |
| ОК 35 | Інвестування, страхування | 4 | Диф. залік |
| ОК 36 | Сучасне діловодство | 4 | Диф. залік |
| ОК 37 | Комерційне товарознавство | 4 | Екзамен |
| ОК 38 | Фінансовий облік | 4 | Екзамен |
| ОК 39 | Комунікаційна діяльність | 4 | Екзамен |

| | | | |
|--|--|--------------|------------|
| ОК 40 | Інфраструктура товарного ринку | 5 | Екзамен |
| ОК 41 | Основи ринкових досліджень | 5 | Екзамен |
| ОК 42 | Маркетингова цінова політика | 4 | Екзамен |
| ОК 43 | Комерційна діяльність | 6 | Екзамен |
| ОК 44 | Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності | 5 | Екзамен |
| ОК 45 | Підприємницька діяльність | 3 | Диф. залік |
| ОК 46 | Поведінка споживача | 3 | Диф. залік |
| Разом: | | 114 | |
| Практична підготовка | | | |
| ОК 47 | Навчальна практика зі спеціальності | 4,5 | Диф. залік |
| ОК 48 | Технологічна практика | 12 | Диф. залік |
| Загальний обсяг практичних компонентів: | | 16,5 | |
| Атестація здобувачів | | | |
| ОК 49 | Кваліфікаційний іспит | 1 | |
| Разом обов'язкових компонентів: | | 213,5 | |
| Вибіркові компоненти ОП | | | |
| Освітні компоненти за вибором здобувача | | | |
| ВК 1 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 2 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 3 | | 4 | Диф. залік |
| ВК 4 | | 4 | Диф. залік |
| ВК 5 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 6 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 7 | | 4 | Диф. залік |
| ВК 8 | | 4 | Диф. залік |
| ВК 9 | | 2 | Диф. залік |
| ВК 10 | | 2 | Диф. залік |
| ВК 11 | | 2 | Диф. залік |
| ВК 12 | | 2 | Диф. залік |
| ВК 13 | | 4 | Диф. залік |
| ВК 14 | | 4 | Диф. залік |
| ВК 15 | | 4,5 | Диф. залік |
| ВК 16 | | 4,5 | Диф. залік |
| Разом за вибором здобувача: | | 26,5 | |
| Курсові роботи | | | |
| 1. | Фінанси | | |
| 2. | Макроекономіка | | |
| 3. | Маркетинг | | |
| 4. | Маркетинг послуг | | |
| 5. | Політекономія | | |
| 6. | Економіка підприємства | | |
| 7. | Комерційна діяльність | | |
| 8. | Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності | | |
| Загальний обсяг освітньої програми: | | 240 | |

КАТАЛОГ ВИБІРКОВИХ ДИСЦИПЛІН

| Шифр вибіркової дисципліни | Назва вибіркової дисципліни |
|---|--|
| ВК 1 | Господарське право |
| ВК 2 | Конституційне право |
| ВК 3 | Психологія та педагогіка |
| ВК 4 | Психологія ділового спілкування |
| ВК 5 | Інформаційні системи і технології в маркетингу |
| ВК 6 | Інформаційні системи і технології в підприємницькій діяльності |
| ВК 7 | Економічний аналіз |
| ВК 8 | Звітність підприємства |
| ВК 9 | Соціологія |
| ВК 10 | Основи соціоекології |
| ВК 11 | Основи правознавства |
| ВК 12 | Конституційне право |
| ВК 13 | Логістика |
| ВК 14 | Робота зі споживачами товарів і послуг |
| ВК 15 | Навчальна практика на ПК |
| ВК 16 | Навчальна практика з електронного діловодства |

3. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

1. Наказ Держспоживстандарту України від 11.10.2010 № 457 «Національний класифікатор України: «Класифікатор видів економічної діяльності» ДК 009:2010.: URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html
2. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) // URL:http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-andguidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf
3. EQF 2017 (Європейська рамка кваліфікацій) – <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cee970-518f-11e7-a5ca-01aa75ed71a1/language-en>; <https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page>
4. QF ЕНЕА 2018 (Рамка кваліфікацій ЄПВО) – http://www.ehea.info/Upload/document/ministerial_declarations/EHEAParis2018_Communique_AppendixIII_952778.pdf
5. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
6. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
8. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
9. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
10. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
11. Статут Коледжу https://kppk.com.ua/_Ginfo.html
12. Положення про систему забезпечення якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості) https://kppk.com.ua/_Ginfo.html
13. Положення про організацію освітнього процесу https://kppk.com.ua/_Ginfo.html
14. Положення про порядок та умови вибору навчальних дисциплін здобувачами освіти https://kppk.com.ua/_Ginfo.html
15. Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті https://kppk.com.ua/_Ginfo.html

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

