

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

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА МАРКЕТИНГ

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр

| | |
|---------------|------------------------------------|
| ГАЛУЗІ ЗНАНЬ | D Бізнес, адміністрування та право |
| СПЕЦІАЛЬНІСТЬ | D5 Маркетинг |

ЗАТВЕРДЖЕНО
ПЕДАГОГІЧНОЮ РАДОЮ
(протокол № 7 від " 26 " червня 2025 р.)



Освітньо-професійна програма вводиться в дію
з 01 вересня 2025 р.

Директор

Володимир КОШИНСЬКИЙ

Преамбула

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»: рівень фахової передвищої освіти, галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 «Маркетинг».

Розроблено робочою групою у складі:

Котирло О.О. – керівник проєктної групи, кандидат економічних наук, доцент, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист, голова циклової комісії загальноекономічних та профільноорієнтованих економічних дисциплін Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка;

Яровий І.М. – 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;

Музиченко Т.О. – директор департаменту закупівель та логістики ТОВ «МАНЗАРО УКРАЇНА»;

Данилюк О.І. – здобувач освіти Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка, група 40 БМ, фахівець з маркетингових досліджень ТОВ «АТБ-МАРКЕТ»;

Мельничук С.О. – здобувачка освіти Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка, група 40 БМ;

Андреєва Є.І. – здобувачка освіти Київського професійно-педагогічного фахового коледжу імені Антона Макаренка, група 55 БМ.

II Загальна характеристика

| | |
|-------------------------------------|--|
| Освітньо-професійний ступінь | Фаховий молодший бакалавр |
| Галузь знань | 07 Управління та адміністрування |
| Спеціальність | 075 Маркетинг |
| Форми здобуття освіти | Інституційна (очна (денна), заочна, дистанційна) |
| Освітня кваліфікація | Фаховий молодший бакалавр з маркетингу |
| Професійна кваліфікація | SMM-маркетолог, таргентолог |
| Кваліфікація в дипломі | Освітньо-професійний ступінь – фаховий молодший бакалавр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг |
| Опис предметної області | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Мета освітньої програми:</i> підготовка компетентного фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом суб'єктів господарювання усіх форм власності в умовах невизначеності. • <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 фахівців з маркетингу, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності. • <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; практичне застосування маркетингового інструментарію в діяльності підприємств, а саме, методи та |

| | |
|--|--|
| | <p>технології проведення маркетингових досліджень; дослідження маркетингового середовища; сегментування ринку; діагностика конкурентоспроможності підприємства; технології формування конкурентних переваг та ін.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, включаючи інноваційні інформаційні технології аудиторної та самостійної роботи, професійні методики 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: маркетингові дослідження; маркетингова інформаційна система; глобальна мережа Інтернет; інформаційні системи маркетингу; маркетингові аналітичні системи. • <i>Особливості освітньо-професійної програми:</i> освітньо-професійна 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. |
| <p>Академічні права випускників</p> | <p>Здобуття освіти за: початковим рівнем (короткий цикл) вищої освіти; першим (молодший бакалавр, бакалаврський) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих, у тому числі післядипломної освіти</p> |
| <p>Працевлаштування випускників</p> | <p>Фахівець підготовлений до роботи в галузі економіки за Національним класифікатором України: «Класифікатор видів економічної діяльності» ДК 009:2010: Секція G Оптова та роздрібна торгівля; Фахівець здатен виконувати зазначені професійні роботи за Національним класифікатором України: «Класифікатор</p> |

| | |
|--|---|
| | професій» ДК 003:2010: 341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі 3411 Дилери 3413 Торговець (власність) 3415 Технічні та торговельні представники 3415 Агент 3415 Агент комерційний 3415 Агент торговельний 3415 Комівояжер 3415 Мерчендайзер 3419 Організатор із збуту 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів 3421 Торговельний брокер (маклер) 3429 Агент з комерційних послуг та торговельні брокери 3429 Агент рекламний 3429 Представник з реклами 3439 Інші фахівці в галузі управління 3439 Фахівець з інтерв'ювання. Перелік посад, які може обіймати випускник, не є вичерпним. |
|--|---|

III Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра

Фахова передвища освіта може здобуватись на основі базової середньої освіти, повної загальної середньої освіти (профільної середньої освіти), професійної (професійно-технічної) освіти.

На основі базової середньої освіти здобувачі фахової передвищої освіти зобов'язані одночасно виконати освітню програму профільної середньої освіти, тривалість здобуття якої становить два роки. Освітня програма профільної середньої освіти професійного спрямування, що відповідає галузі знань та/або спеціальності, інтегрується з освітньо-професійною програмою фахового молодшого бакалавра. Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі базової загальної середньої освіти (профільної середньої освіти) становить 120 кредитів ЄКТС.

Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі повної загальної середньої освіти (профільної середньої освіти) становить 120 кредитів ЄКТС.

Обсяг освітньо-професійної програми фахового молодшого бакалавра на основі професійної (професійно-технічної) освіти, фахової передвищої освіти або вищої освіти становить 120 кредитів ЄКТС.

100% обсягу освітньо-професійної програми спрямовано на досягнення результатів навчання за спеціальністю Маркетинг, визначених Стандартом фахової передвищої освіти 075 Маркетинг.

IV Перелік компетентностей випускника

| | |
|-----------------------------------|---|
| Інтегральна компетентність | Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях. |
| Загальні компетентності | <p>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>Спеціальні (фахові) компетентності</p> | <p>СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.</p> <p>СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.</p> <p>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.</p> <p>СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> |
|--|--|

V Нормативний зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

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

VI Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти

| | |
|---|---|
| Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти | Атестація здійснюється у формі комплексного кваліфікаційного іспиту і завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра з маркетингу. |
| Вимоги до атестаційного екзамену | Комплексний кваліфікаційний іспит передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом фахової передвищої освіти D Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою. Атестація здійснюється відкрито і публічно. |

VII Система внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти

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

| | |
|--|--|
| <p>Визначення та оприлюднення політики, принципів та процедур забезпечення якості фахової передвищої освіти, що інтегровані до загальної системи управління коледжем, узгоджені з його стратегією і передбачають залучення внутрішніх та зовнішніх заінтересованих сторін</p> | <p>Фахова передвища освіта в галузі маркетингу шляхом підготовки компетентного фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов'язані з діагностичною, плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на суб'єктах економічної діяльності усіх форм власності.</p> <p>Освітньо-професійна 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 типових наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки. Таким чином, у результаті навчання за даною програмою студенти отримують базові компетентності в області маркетингу.</p> <p>Відповідно до Статуту Коледжу, акцент програми здійснюється на формуванні базових знань, умінь та компетентностей щодо володіння сучасним інструментарієм з маркетингу та обґрунтування напрямів з підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах, що відповідає місії коледжу – надання якісної та доступної освіти для реалізації здібностей здобувачів освіти для успішного життя за допомогою студентоорієнтованого навчання та впровадження інноваційних освітніх технологій.</p> <p>Розроблені та діють: Статут Коледжу, Положення про організацію освітнього процесу Коледжу.</p> |
| <p>Визначення і послідовне дотримання процедур розроблення освітньо-професійних програм, які</p> | <p>Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітньо-професійну програму регулюється Положенням про освітньо-професійну програму підготовки здобувачів</p> |

| | |
|--|---|
| <p>забезпечують відповідність їх змісту стандартам фахової передвищої освіти, декларованим цілям, урахування позицій заінтересованих сторін, чітке визначення кваліфікацій, що присуджуються та/або присвоюються, які мають бути узгоджені з <u>Національною рамкою кваліфікацій</u></p> | <p>фахової передвищої та вищої освіти та Положенням про систему забезпечення якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості).</p> |
| <p>Здійснення за участю здобувачів освіти моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм</p> | <p>Перегляд, моніторинг, та оцінювання якості освітньої діяльності здійснюється шляхом участі стейкхолдерів в засіданнях циклової комісії. Також застосовується метод анкетного опитування, експертного оцінювання актуальності змісту освітньо-професійних програм, аналізу результатів досягнутих результатів здобувачами освіти, аналізу відгуків стейкхолдерів, моніторинг та аналіз рівня працевлаштування випускників тощо.</p> |
| <p>Забезпечення дотримання вимог правової визначеності, оприлюднення та послідовного дотримання нормативних документів коледжу</p> | <p>Забезпечення дотримання вимог правової визначеності, оприлюднення та послідовного дотримання нормативних документів коледжу здійснюється на основі положень, розміщених на веб-сайті коледжу http://kppk.com.ua/ в розділі Положення.</p> |
| <p>Забезпечення релевантності, надійності, прозорості та об'єктивності оцінювання, що здійснюється у рамках освітнього процесу</p> | <p>Система оцінювання знань за дисциплінами освітньо-професійної програми 075 «Маркетинг» здійснюється за 100-бальною системою оцінювання через такі види контролю з накопиченням отриманих балів: поточний, контрольний, проміжний (захист практичних, самостійних робіт), підсумковий (екзамени, залікові роботи, захисти звітів з практик та курсових робіт), самоконтроль, комплексний кваліфікаційний іспит. Поточний контроль знань проводиться в усній формі (опитування за результатами</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>опрацьованого матеріалу) або письмовій формі. Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену/диференційованого 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>Визначення та послідовне дотримання вимог щодо компетентності педагогічних (науково-педагогічних) працівників, застосовування чесних і прозорих правил прийняття на роботу та безперервного професійного розвитку персоналу</p> | <p>Кадрове забезпечення відповідає рівню вимог щодо ліцензування спеціальності.</p> <p>Спеціальність D5 «Маркетинг» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право 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. 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 необхідного фінансування освітньої та викладацької діяльності, а також адекватних та доступних освітніх ресурсів і підтримки здобувачів фахової передвищої освіти за кожною освітньо-професійною 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 D5 «Маркетинг» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право здійснюється у навчальних приміщеннях, де</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>діють 18 кабінетів, 3 комп'ютерних кабінети. 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>Забезпечення збирання, аналізу і використання відповідної інформації для ефективного управління освітньо-професійними програмами та іншою діяльністю закладу</p> | <p>Освітній процес здійснюється за наявності освітньо-професійної програми, навчального плану, 100% 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.</p> <p>При розробці навчальних матеріалів з дисциплін враховуються пізнавальні потреби, інтереси</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>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 публічної, зрозумілої, точної, об'єктивної, своєчасної та легкодоступної інформації про діяльність закладу та всі освітньо-професійні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової передвищої освіти та кваліфікацій | <p>Інформація про діяльність закладу та всі освітньо-професійні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової передвищої освіти оприлюднюється на веб-сайті Коледжу http://kppk.com.ua/.</p> |
| Забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладу фахової передвищої освіти та здобувачами фахової передвищої освіти | <p>Курсові та наукові роботи здобувачів фахової передвищої 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> |
| Періодичне проходження процедури зовнішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти | <p>Акредитація освітньої програми напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» галузі знань 0305 Економіка та підприємництво здійснювалася в 2017 р.</p> |
| Залучення здобувачів фахової передвищої освіти | <p>Здобувачі фахової передвищої освіти та роботодавці двічі на рік (грудень та травень)/та</p> |

| | |
|--|--|
| <p>та роботодавців як повноправних партнерів до процедур і заходів забезпечення якості освіти</p> | <p>за необхідності залучаються до обговорення процедур і заходів забезпечення якості освіти на засіданнях циклової комісії заганоєкономічних та профільно-орієнтованих економічних дисциплін.</p> |
| <p>Забезпечення дотримання студентоорієнтованого навчання в освітньому процесі</p> | <p>Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, практико-орієнтоване навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: класичних лекцій, проблемних занять інноваційного характеру, мультимедійних лекцій, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійної роботи тощо. Освітньо-професійна 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 для здійснення типових завдань та ефективного управління маркетингу діяльністю підприємств та установ різних галузей економіки.</p> <p>Таким чином, в результаті навчання за даною освітньо-професійною програмою здобувачі освіти отримають типові універсальні компетентності в області маркетингу.</p> <p>У коледжі значна увага приділяється підвищенню якості самостійної роботи здобувачів освіти 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>Здійснення інших процедур і заходів, визначених законодавством, установчими документами закладів фахової передвищої освіти або відповідно до них</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</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>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. 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 (курсівій роботі, контрольній роботі тощо), які передбачені робочою програмою даної навчальної дисципліни.</p> <p>Здобувачі фахової передвищої освіти можуть скористатися можливістю академічної мобільності за освітньо-професійної програми 075 «Маркетинг», що передбачено Положенням «Про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу». Їм гарантується збереження місця навчання та виплати стипендій.</p> |
| <p>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</p> | <p>https://kppk.com.ua/program/oppD5fmb.pdf</p> |

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей НРК

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

продовження Таблиці 1

| | | | | |
|----------------------------------|------|------------|----------|------------|
| ЗК 3 | | УМ 1, УМ 3 | К 1, К 2 | ВА 1 |
| ЗК 4 | ЗН 1 | | К 1, К 2 | ВА 3 |
| ЗК 5 | | УМ 2, УМ 3 | | ВА 2, ВА 3 |
| ЗК 6 | | УМ 2, УМ 3 | К 1, К 2 | |
| ЗК 7 | | УМ 2 | | ВА 3 |
| ЗК 8 | | УМ 3 | К 1, К 2 | |
| Спеціальні компетентності | | | | |
| СК 1 | ЗН 1 | УМ 2, УМ 3 | К 1, К 2 | |
| СК 2 | ЗН 1 | УМ 1, УМ 2 | К 2 | ВА 1 |
| СК 3 | ЗН 1 | УМ 1, УМ 3 | К 1 | |
| СК 4 | ЗН 1 | УМ 2, УМ 3 | К 2 | |
| СК 5 | ЗН 1 | УМ 1, УМ 3 | | ВА 1 |
| СК 6 | | УМ 1 | К 1 | |
| СК 7 | ЗН 1 | УМ 1, УМ 3 | | ВА 2, ВА 3 |
| СК 8 | ЗН 1 | УМ 2 | К 1 | ВА 1 |
| СК 9 | | УМ 2 | К 1, К 2 | ВА 1 |
| СК 10 | ЗН 1 | УМ 1, УМ 2 | К 2 | |

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

| Результати навчання | Компетентності | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| | Загальні компетентності | | | | | | | | Спеціальні компетентності | | | | | | | | | |
| | ЗК 1 | ЗК 2 | ЗК 3 | ЗК 4 | ЗК 5 | ЗК 6 | ЗК 7 | ЗК 8 | СК 1 | СК 2 | СК 3 | СК 4 | СК 5 | СК 6 | СК 7 | СК 8 | СК 9 | СК 10 |
| PH 1 | | | + | | | | | | + | | | | | | | + | | |
| PH 2 | | | | | | + | + | | | | | | | | | | | + |
| PH 3 | | | + | | | | | | | + | | | | | | | | |
| PH 4 | | | + | | | | | | | | + | + | | | + | | + | |
| PH 5 | | | | | + | | | | | | | | | + | | | + | + |
| PH 6 | | | | | | | | | | | | | | + | | | | |
| PH 7 | | | | | | | | | | | | | | + | | | | |
| PH 8 | | | | + | + | | | | | | | | | | + | | + | |
| PH 9 | | | + | + | | | | | + | + | + | | | | + | + | | |
| PH 10 | | | | + | | | | | | | | | + | | | | | |
| PH 11 | | | | | | | | + | | | | | | | | | | |
| PH 12 | | | | | | | | | | | | | + | | + | | | + |
| PH 13 | | | | | | | | + | | | | | + | | | | | |
| PH 14 | | | | | | | | + | | | + | + | | + | | | | |
| PH 15 | + | + | | | | | | | + | | | + | | | | | | |

Матриця «Дисципліни – Результати навчання»

| Дисципліни / Результати навчання | РН 1 | РН 2 | РН 3 | РН 4 | РН 5 | РН 6 | РН 7 | РН 8 | РН 9 | РН 10 | РН 11 | РН 12 | РН 13 | РН 14 | РН 15 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Філософія бізнесу | + | | + | | + | + | | | | | + | | + | | + |
| Українська мова (за професійним спрямуванням) | + | + | + | | + | | | | | | | | + | + | |
| Історія України | + | | + | | | + | | | | | | + | | | + |
| Історія української культури | | + | + | | | + | | + | + | | + | + | | + | + |
| Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | | + | + | + | + | | | + | | | | + | | | |
| Вища математика | | | + | + | + | + | + | | | + | | + | | | |
| Інформатика та комп'ютерна техніка | | | + | + | + | + | | + | + | | + | + | | + | |
| Основи правознавства | + | | + | + | | | | | | + | + | + | | | |
| Соціологія | + | | + | | | + | | | | | + | + | + | + | + |
| БЖД (Основи охорони праці) | | | | + | + | + | + | | + | | + | + | | | |
| Основи наукових досліджень | | | + | | + | + | | | | | | | + | + | + |
| Маркетингова товарна політика | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Фінансовий облік | + | | + | + | + | + | + | | + | + | | | | | |
| Основи ринкових досліджень | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Комерційна діяльність | + | | + | + | + | | + | | | + | + | + | + | + | + |
| Комунікаційна діяльність | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Маркетинг | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Маркетингова цінова політика | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Інфраструктура товарного ринку | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Маркетингова діяльність НТФ | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Інформаційні системи і технології соціальних мереж | | | + | + | + | + | | + | + | | + | + | | + | |
| Політекономія | + | | + | + | + | | + | | | + | + | + | + | + | + |
| Поведінка споживача | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Бухгалтерський облік | + | | + | + | + | + | + | | | + | | | | | |
| Статистика | + | | + | + | + | + | + | | | + | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Фінанси підприємства | + | | + | + | + | + | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Навчальна практика | | | + | + | + | | | | + | | | + | | + | |
| Технологічна практика | + | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | |
| Комплексний кваліфікаційний іспит | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |

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 | СК 1 | СК 2 | СК 3 | СК 4 | СК 5 | СК 6 | СК 7 | СК 8 | СК 9 | СК 10 |
|--|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Філософія бізнесу | + | + | + | | + | | | | | + | + | | | | | | | | |
| Українська мова (за професійним спрямуванням) | + | + | + | | + | + | + | | | + | | | | | | | | | + |
| Історія України | + | + | + | | + | | | | + | + | + | | + | | | | | | |
| Історія української культури | + | + | + | | | + | + | + | + | + | | + | + | | | | | | + |
| Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | + | | + | + | | | | + | + | + | | + | | | + | | | + | + |
| Вища математика | + | | | + | + | | | | | + | + | + | | | + | + | | | |
| Інформатика та комп'ютерна техніка | + | | | + | + | + | | | + | + | | + | | + | + | + | | + | + |
| Основи правознавства | + | + | | + | + | + | | | | | + | | + | + | | + | | | |
| Соціологія | + | + | + | | | | + | | + | + | + | | | | + | | + | | + |
| БЖД (Основи охорони праці) | + | + | + | | | | | | + | | + | | | | | | | | |
| Основи наукових досліджень | + | | | + | + | + | | | + | | + | + | | + | + | | | | + |
| Маркетингова товарна політика | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Фінансовий облік | + | | | + | + | + | | | | | + | + | | + | + | + | + | + | |
| Основи ринкових досліджень | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Комерційна діяльність | + | + | + | + | | | | | + | + | + | + | + | | | | | | |
| Комунікаційна діяльність | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Маркетинг | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Маркетингова цінова політика | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Інфраструктура товарного ринку | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Маркетингова діяльність НТФ | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Інформаційні системи і технології соціальних мереж | + | | | + | + | + | | | + | + | | + | | + | + | + | | + | + |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Політекономія | + | + | + | + | | | | | + | + | + | + | + | | | | | |
| Поведінка споживача | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Бухгалтерський облік | + | | | + | + | + | | | | | + | + | | + | + | + | + | |
| Статистика | + | | | + | + | | | | | + | + | + | + | + | | | | |
| Фінанси підприємства | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | | + |
| Навчальна практика | + | | | + | + | + | + | | + | + | | + | | + | | + | + | + |
| Технологічна практика | + | | | + | + | + | | | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| Комплексний кваліфікаційний іспит | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |

2. 1 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»

| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумк. контролю |
|---|---|-----------------------|-------------------------------|
| Освітні компоненти, що формують загальні компетентності | | | |
| ОК 1 | Філософія бізнесу | 3 | Диф. залік |
| ОК 2 | Українська мова (за проф. спрям.) | 3 | Диф. залік |
| ОК 3 | Історія України | 3 | Диф. залік |
| ОК 4 | Історія української культури | 3 | Диф. залік |
| ОК 5 | Іноз. мова (за проф. спрямуван.) | 3 | Диф. залік |
| ОК 6 | Вища математика | 4 | Диф. залік |
| ОК 7 | Інформатика та комп. техніка | 3 | Диф. залік |
| ОК 8 | Основи правознавства | 3 | Диф. залік |
| ОК 9 | Соціологія | 3 | Диф. залік |
| ОК 10 | БЖД (основи охорони праці) | 3 | Диф. залік |
| ОК 11 | Основи наукових досліджень | 3 | Диф. залік |
| Загальний обсяг компонент: | | 34 | |
| Освітні компоненти, що формують спеціальні компетентності | | | |
| ОК 12 | Маркетингова товарна політика | 5 | Екзамен |
| ОК 13 | Фінансовий облік | 3 | Диф. залік |
| ОК 14 | Основи ринкових досліджень | 5 | Екзамен |
| ОК 15 | Комерційна діяльність | 4 | Екзамен |
| ОК 16 | Комунікаційна діяльність | 3 | Диф. залік |
| ОК 17 | Маркетинг | 5 | Екзамен |
| ОК 18 | Маркетингова цінова політика | 4 | Екзамен |
| ОК 19 | Інфраструктура товарного ринку | 3 | Диф. залік |
| ОК 20 | Маркетингова діяльність НТФ | 4 | Диф. залік |
| ОК 21 | Інформ.сист.і технол.соціальних мереж | 5 | Екзамен |
| ОК 22 | Політекономія | 4 | Екзамен |
| ОК 23 | Поведінка споживача | 5 | Екзамен |
| ОК 24 | Бухгалтерський облік | 3 | Диф. залік |
| ОК 25 | Статистика | 4 | Диф. залік |
| ОК 26 | Фінанси підприємства | 4 | Диф. залік |
| Загальний обсяг компонент: | | 61 | |
| Практична підготовка | | | |
| ОК 27 | Навчальна практика | 6 | Диф. залік |
| ОК 28 | Технологічна практика | 6 | Диф. залік |
| Загальний обсяг практичних компонент: | | 12 | |
| Атестація здобувачів фахової передвищої освіти | | | |
| ОК 29 | Кваліфікаційний іспит | 1 | Екзамен |
| Загальний обсяг обов'язкових компонентів освітньо-професійної програми | | 108 | |
| Вибіркові освітні компоненти | | | |
| ВК 1 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 2 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 3 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 4 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 5 | | 3 | Диф. залік |
| ВК 6 | | 3 | Диф. залік |

| | | |
|--|------------|------------|
| ВК 7 | 3 | Диф. залік |
| ВК 8 | 3 | Диф. залік |
| Загальний обсяг вибіркового компонентів: | 12 | |
| Курсові роботи | | |
| Маркетинг | | Диф. залік |
| Основи ринкових досліджень | | Диф. залік |
| Загальний обсяг компонентів освітньої програми: | 120 | |

КАТАЛОГ ВИБІРКОВИХ ДИСЦИПЛІН

| Шифр вибіркової дисципліни | Назва вибіркової дисципліни |
|---|--|
| ВК 1 | Основи менеджменту |
| ВК 2 | Соціальне управління |
| ВК 3 | Логістика |
| ВК 4 | Робота зі споживачами товарів і послуг |
| ВК 5 | Підприємницька діяльність |
| ВК 6 | Податкова система |
| ВК 7 | Маркетинг інновацій |
| ВК 8 | Інформаційний маркетинг |

3. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА 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. Наказ Держспоживстандарту від 28.10.2010 № 327 «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
3. 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
4. Проект ЄС TUNING (прикладі результатів навчання, компетентностей) – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>
5. ESG 2015 (Стандарти та рекомендації із забезпечення якості в ЄПВО) – https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf
6. 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>
7. QF ЕНЕА 2018 (Рамка кваліфікацій ЄПВО) – http://www.ehea.info/Upload/document/ministerial_declarations/EHEAParis2018_Communique_AppendixIII_952778.pdf
8. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
9. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
10. Статут Коледжу <https://kppk.com.ua/Ginfo.html>
11. Положення про систему забезпечення якості вищої освіти (систему внутрішнього забезпечення якості) <https://kppk.com.ua/Ginfo.html>
12. Положення про організацію освітнього процесу <https://kppk.com.ua/Ginfo.html>
13. Положення про порядок та умови вибору навчальних дисциплін здобувачами освіти <https://kppk.com.ua/Ginfo.html>
14. Положення про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та інформальній освіті <https://kppk.com.ua/Ginfo.html>

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

