

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС - КОЛЕДЖ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор, професор
_____ О. В. Куклін

„30” серпня 2019р.

**ОСВІТНЯ ПРОГРАМА
ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ перший (бакалаврський)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ бакалавр

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 “Управління та адміністрування”

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 “Маркетинг”

Схвалено Вченою радою
Черкаського державного бізнес-
коледжу
„29” серпня 2019р.,
протокол № 01-19/20

I. Преамбула

1. РОЗРОБЛЕНО

в Черкаському державному бізнес-коледжі.

2. ВНЕСЕНО та УХВАЛЕНО

кафедрою економіки, підприємництва та маркетингу Черкаського державного бізнес-коледжу від від 21 червня 2019р., протокол № 7.

3. ЗАТВЕРДЖЕНО

наказом директора Черкаського державного бізнес-коледжу від „30” серпня 2019р., № 153 на підставі рішення Вченої ради Черкаського державного бізнес-коледжу від „29” серпня 2019р., протокол № 01-19/20.

4. ДООПРАЦЬОВАНО

5. РОЗРОБНИКИ: Піскова С.П., Волощенко О.В.

ГАРАНТ: к.тех.н., Хлебнікова Н.Б.;

ПРОЕКТНА ГРУПА: викладач Руденко А.Ю.,

Викладач Волощенко О.В.

II. Загальна характеристика

Освітня програма створена на основі Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність: 051 «Економіка», затвердженого та введеного в дію наказом МОН України від 13.11.2018 р. № 1244, а також на основі використання Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від „01”червня 2016 № 600 та таких положень Закону України „Про вищу освіту”:

1) ст. 1, п. 1. 17 - освітня програма (освітньо-професійна, освітньо-наукова) – система освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти в межах спеціальності, що визначає: вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою; перелік навчальних дисциплін і логічну послідовність їх вивчення; кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми; очікувані результати навчання, якими повинен оволодіти здобувач відповідного ступеня вищої освіти;

2) ст. 10, п. 3 - стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми: обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання (сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей); форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;

3) ст. 5, п.1 - перший (бакалаврський) рівень передбачає здобуття особою теоретичних знань та практичних умінь і навичок, достатніх для успішного виконання професійних обов’язків за обраною спеціальністю.

4) ст. 1 п. 1.13 - компетентність визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти;

5) ст. 1 п. 1.19 - результати навчання - сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей, набутих особою у процесі навчання за певною освітньо-професійною, освітньо-науковою програмою, які можна ідентифікувати, кількісно оцінити та виміряти.

На підставі цих положень прийнята (за термінологією Закону України «Про вищу освіту») така структура освітньої програми:

- обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;
- перелік компетентностей випускника;
- нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання;
- структура програми підготовки бакалаврів;
- форми атестації здобувачів вищої освіти;
- вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти;
- перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

Рівень вищої освіти	FQ-ЕНЕА – перший цикл, EQF LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень / Бакалавр
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня кваліфікація	Бакалавр з маркетингу
Професійна(і) кваліфікація(ї) (тільки для регульованих професій)	Не є регульованою
Кваліфікація в дипломі	Бакалавр зі спеціальності «Маркетинг»
Опис предметної області	<p>- об'єкт(и) вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів;</p> <p>- цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності;</p> <p>- теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>- методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>- інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні права випускників	Бакалавр може продовжувати освіту за другим (магістерським) рівнем, а також підвищувати кваліфікацію та отримувати додаткову післядипломну освіту
Працевлаштування випускників (для регульованих професій обов'язково)	<p>За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня</p>

III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти

- Обсяг освітньої програми підготовки бакалавра галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг складає:
- *на основі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС,*
термін навчання:
денна форма – 3 роки 10 місяців;
заочна форма – 4 роки 5 місяців;
 - *на основі ступеня молодшого спеціаліста – 120 кредитів ЄКТС,*
термін навчання:
денна форма – 1 рік 10 місяців;
заочна форма – 2 роки 5 місяців.

Обсяг кредитів ЄКТС для здобуття ступеня бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Цикли підготовки	Кількість кредитів ECTS	
	на базі повної загальної середньої освіти	на основі ступеня молодшого спеціаліста
Цикл дисциплін гуманітарної підготовки	52 (21,7%)	23 (19,1%)
Цикл природничо-наукової та загальноекономічної підготовки, в т.ч. курсова робота	73 (30,4%) 1	39(32,5%) 1
Цикл професійної підготовки, в т.ч. курсова робота	93(38,7%) 1	50(41,7%) 1
Цикл практичної підготовки та атестація	22 (9,2%)	8 (6,7%)
Освітня програма бакалавра за циклами, в т.ч. варіативна складова	240 (100%) 54 (22,5%)	120 (100%) 48 (40%)

IV. Перелік компетентностей випускника

Вид	Зміст компетентності
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні 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, предметні) 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 основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p>

<p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
--

З метою забезпечення кореляції визначених компетентностей з класифікацією компетентностей НРК використовується матриця відповідності визначених компетентностей та дескрипторів НРК, яка є інформаційним додатком (**Таблиця 1 Пояснювальної записки**).

V. Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

Програмні результати 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 програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування,
спеціальність: 075 Маркетинг

Складові освітньої програми	на базі повної загальної середньої освіти			на основі ступеня молодшого спеціаліста		
	к-ть кредитів ЄКТС	к-ть годин	структура, %	к-ть кредитів ЄКТС	к-ть годин	структура, %
<i>Цикл дисциплін гуманітарної підготовки</i>	52	1560	21,7%	23	690	19,1%
Базові навчальні дисципліни	35	1050		6	180	
Варіативні навчальні дисципліни	17	510		17	510	
<i>Цикл природничо-наукової та загальноєкономічної підготовки</i>	73	2190	30,4%	39	1170	32,5%
Базові навчальні дисципліни	64	1920		30	900	
Варіативні навчальні дисципліни	9	270		9	270	
<i>Цикл професійної підготовки</i>	93	2790	38,7%	50	1500	41,7%
Базові навчальні дисципліни	65	1950		28	840	
Варіативні навчальні дисципліни	28	840		22	660	
<i>Цикл практичної підготовки</i>	16	480	6,7%	4	120	3,3%
<i>Атестація</i>	6	180	2,5%	4	120	3,4%
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ,	240	7200	100%	120	3600	100%
в т.ч. варіативна складова	54	1620	22,5%	48	1440	40%

Складові освітньої програми	Загальна кількість		Навчальний семестр	Форма контролю
	Кредитів ЄКТС	годин		
1. Цикл дисциплін гуманітарної підготовки				
<i>Базові навчальні дисципліни:</i>				
Філософія, культурологія, соціологія	5	150	1	екзамен
Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	9	270	1-4	залік
Правознавство	5	150	2	залік
Риторика	4	150	3	залік
Фізичне виховання	6	180	1-3	залік
Історія української культури	3	90	5	залік
Академічне письмо	3	90	8	залік
Всього базові навчальні дисципліни:	35	1050		
<i>Вибіркові навчальні дисципліни:</i>				
Господарське право та господарський процес	4	120	6	залік
Бізнес англійська	4	120	5	залік
Політологія/Технології PR в системі соціально-економічних відносин	3	90	6	залік
Introduction to Public Speaking/Економічна соціологія	3	90	6	залік
Психологія для підприємців	3	90	5	залік
Всього вибіркові дисципліни:	17	510		
РАЗОМ по циклу 1:	52	1560		
2. Цикл природничо-наукової та загальноекономічної підготовки				
<i>Базові навчальні дисципліни:</i>				
Вища математика	5	150	3	залік
Економічна теорія/Політична економія	5	150	1	екзамен
Інформатика і комп'ютерна техніка	5	150	1	залік
Економіка і фінанси підприємства	5	150	2	залік
Бухгалтерський облік	5	150	2	залік
Статистика	4	120	3	екзамен
Охорона праці, БЖД, екологія	5	150	1	залік
Економікс: мікроекономіка, макроекономіка	5	150	6	екзамен
Історія економіки та економічної думки	4	120	5	екзамен
Курсова робота з економічної теорії	1	30	6	курслова робота
Глобальна економіка	4	120	7	залік
Інституціональна економіка	5	150	6	екзамен
Теорія ймовірностей та математична статистика	4	120	5	екзамен
Економіко-математичні методи та моделі	4	120	6	залік
Аналіз даних	3	90	7	залік
Всього базові навчальні дисципліни:	64	1920		
<i>Вибіркові навчальні дисципліни:</i>				
Фінансово-економічна безпека	5	150	6	залік

Національна економіка/Державне регулювання економіки*	4	120	5	залік
Всього вибіркові дисципліни:	9	270		
РАЗОМ по циклу 2:	73	2190		
3. Цикл професійної підготовки				
<i>Базові навчальні дисципліни:</i>				
Розроблення товару	4	120	4	екзамен
Маркетинг	5	150	3	екзамен
Логістика	5	150	4	залік
Ринкові дослідження	4	120	4	екзамен
Комунікаційна діяльність	4	120	4	екзамен
Маркетингова цінова політика	4	120	3	залік
Електронна комерція	6	180	1	залік
Інформаційні системи і технології в маркетинговій діяльності	5	150	4	залік
Фінансовий ринок	4	120	5	залік
Поведінка споживача	5	150	7	екзамен
Маркетингова товарна політика	5	150	8	екзамен
Міжнародний маркетинг	5	150	7	залік
Маркетингові дослідження	4	120	7	екзамен
Бренд-менеджмент	4	120	8	екзамен
Міждисциплінарна курсова робота	1	30	7	захист
Всього базові навчальні дисципліни:	65	1950		
<i>Вибіркові навчальні дисципліни:</i>				
Реклама і стимулювання продажу	6	180	2	залік
Менеджмент	3	90	8	залік
Економіка праці та СТВ	4	120	5	залік
Євроінтеграція	4	120	7	залік
Економічний аналіз/ Principles of Marketing	3	90	8	залік
Лідерство	4	120	8	залік
ІКТ в рекламі та просуванні реклами	4	120	7	залік
Всього вибіркові дисципліни:	28	840		
РАЗОМ по циклу 3:	93	2790		
4. Цикл практичної підготовки				
Навчальна практика	4	120	2	залік
Маркетингова практика	4	120	3	залік
Виробнича практика	4	120	4	звіт
Переддипломна практика	4	120	8	звіт
РАЗОМ по циклу практичної підготовки:	16	480		
5. Атестація				
Підготовка та захист кваліфікаційної роботи/Атестаційні екзамени (з трьох дисциплін)*	6	180	8	Кваліфікаційна робота/Атестаційні екзамени
РАЗОМ Атестація:	6	180		
Разом за ОП на базі повної загальної середньої освіти:	240	7200		
Разом за ОП на основі ступеня молодшого спеціаліста:	120	3600		

* - для здобувачів вищої освіти, які навчаються на заочній формі навчання

VI. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі: – атестаційних екзаменів з трьох фахових дисциплін за спеціальністю: Маркетингові дослідження; Маркетингова товарна політика; Бренд менеджмент (заочна форма); – публічного захисту бакалаврської кваліфікаційної роботи за спеціальністю 075 «Маркетинг» (денна форма).
Вимоги до заключної кваліфікаційної роботи	Черкаський державний бізнес-коледж розробляє та затверджує: 1) положення про Екзаменаційну комісію (ЕК); 2) порядок перевірки бакалаврських кваліфікаційних робіт на плагіат; 3) нормативи унікальності текстів бакалаврських кваліфікаційних робіт. Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра, здійснюється ЕК, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Бакалаврська кваліфікаційна робота є закінченим науковим дослідженням, вона повинна мати внутрішню єдність та свідчити про підготовленість автора до виконання професійних обов'язків з використанням набутих інтегрованих знань, умінь і практичних навичок. Екзаменаційній комісії (ЕК) обов'язково подаються матеріали, що характеризують наукову (творчу) і практичну цінність виконаної роботи, – довідка про апробацію результатів дослідження та/або тези доповідей на науково-практичних конференціях тощо. Бакалаврська кваліфікаційна робота допускається до захисту перед ЕК за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, який офіційно затверджений Черкаським державним бізнес-коледжем. Вимоги до бакалаврської кваліфікаційної роботи: Бакалаврська кваліфікаційна робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації бакалавра з маркетингу для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого ЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома. Бакалаврська кваліфікаційна робота є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності.
Вимоги до публічного захисту (демонстрації)	До захисту бакалаврської кваліфікаційної роботи допускаються студенти, які виконали всі вимоги навчального плану, пройшли та захистили звіт з проходження переддипломної практики. Випускник захищає кваліфікаційну роботу публічно перед ЕК, яка затверджена наказом директора коледжу. Процедура захисту включає: – оголошення рецензій, відгуку наукового керівника і рішення про

	<p>допуск роботи до захисту;</p> <ul style="list-style-type: none"> - виступ випускника; - запитання до автора роботи; - відповіді випускника; - обговорення на засіданні ЕК результатів захисту робіт; - рішення ЕК про оцінку роботи та присвоєння відповідної кваліфікації випускнику. <p>Для переконливості та підтвердження висновків та пропозицій доцільно виготовити наочний (роздатковий) матеріал: ілюстрації (схеми, діаграми), таблиці, а також презентації із використання мультимедійної техніки.</p>
--	--

VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

<p>Принципи та процедури забезпечення якості освіти</p>	<p>Система забезпечення Черкаським державним бізнес-коледжем якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), базується на таких принципах і передбачає наступні процедури:</p> <p>Принципи забезпечення якості освіти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відповідальність за якість вищої освіти, що надається; - забезпечення якості відповідає різноманітності систем вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів; - забезпечення якості сприяє розвитку культури якості; - забезпечення якості враховує потреби та очікування студентів, усіх інших стейкхолдерів та суспільства. <p>Процедурами забезпечення якості освіти є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти; - розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; - розробка системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярного оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Черкаського державного бізнес-коледжу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб, згідно з розробленими та затвердженими правилами; - організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників; - формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою; - створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; - оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; - розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти; - інших процедур і заходів.
<p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</p>	<p>Здійснюється моніторинг і періодичний перегляд програм з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства.</p> <p>Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, слід</p>

	<p>інформувати всі зацікавлені сторони.</p> <p>Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - з місту програми в контексті останніх досліджень у сфері маркетингу, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам; - потреб суспільства, що змінюються; - навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми; - ефективності процедур оцінювання студентів; - очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання; - навчального середовища відповідності меті і змісту програми; - якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти. <p>Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів.</p>
<p>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників</p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері; - критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь; - оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання; - оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніж дві особи; - процедури оцінювання здобувачів вищої освіти повинні враховувати пом'якшувальні обставини; - оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур; - наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти. <p>Оцінювання науково-педагогічних та педагогічних працівників здійснюється щорічно на основі аналізу звітів про виконання індивідуальних планів роботи викладача, в т.ч. планів науково-методичної роботи НПП на підсумкових засіданнях кафедри.</p>
<p>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</p>	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації; - прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації; - моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійної діяльності; - обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність; - оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації.
<p>Наявність</p>	<p>Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними</p>

<p>необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</p>	<p>та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснюють відповідну підтримку студентів.</p> <p>При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти враховуються потреби різноманітного студентського контингенту (такого як студенти з досвідом, заочної форми навчання, працюючі,) та принципи студентоцентрованого навчання.</p> <p>Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.</p>
<p>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</p>	<p>З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної компанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.</p>
<p>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</p>	<p>Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг» публікується на сайті Черкаського державного бізнес-коледжу, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти студентів, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості.</p> <p>Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг», включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.</p>
<p>Дотримання академічної доброчесності працівниками закладу вищої освіти та здобувачами вищої освіти, запобігання та виявлення академічного плагіату</p>	<p>Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в Черкаському державному бізнес-коледжі базується на таких принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дотримання загальноприйнятих принципів моралі; - демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм; - повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності; - дотримання норм законодавства про авторське право; - посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей ; - самостійне виконання індивідуальних завдань. <p>У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих положень і норм Черкаського державного бізнес-коледжу.</p>

Спеціальні вимоги до зарахування: Набір на спеціальність освітнього рівня «бакалавр» здійснюється за результатами:

- конкурсного відбору на основі повної загальної середньої освіти у формі ЗНО у відповідності до Правил прийому до ЧДБК для здобуття ОР “бакалавр”;

- вступного комплексного іспиту за фахом на основі диплома освітнього рівня „молодший спеціаліст” та конкурсного відбору у формі ЗНО у відповідності до Правил прийому до ЧДБК для здобуття ОР “бакалавр”.

Профіль програми: Програма пропонує комплексний підхід у сфері маркетингу, оволодіння ним через теоретичне та практичне навчання.

Робиться акцент на здатності здійснювати маркетингову, організаційно-економічну, управлінську діяльність на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності. Первинні посади, пов’язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв’язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, керування фахівцями нижчого посадового рівня.

Ключові результати навчання: підготовка висококваліфікованого фахівця з маркетингу, здатного вирішувати завдання, пов’язані з плановою, аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.

Фахівець підготовлений до роботи в галузях економіки за ДК 009:2010:

Код	Назва	NACE (Rev. 1.1)	ISIC (Rev. 4)
70	Діяльність головних управлінь (хед-офісіф); Консультавання з питань керування		70
70.1	Діяльність головних управлінь (хед-офісіф)		701
70.10	Діяльність головних управлінь (хед-офісіф)	74.15	7010
70.2	Консультавання з питань керування		702
70.21	Діяльність у сфері зв’язків із громадськістю	74.14	7020
70.22	Консультавання з питань комерційної діяльності й керування	05.01	7020
		74.14	7020
73	Рекламна діяльність і дослідження кон’юктури		73
73.1	Рекламна діяльність		731
73.11	Рекламні агентства	74.40	7310
73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	74.40	7310
73.2	Дослідження кон’юктури ринку та виявлення громадської думки		732

73.20	Дослідження кон'юктури ринку та виявлення громадської думки		7320
-------	---	--	------

Бакалавр зі спеціальності 075 Маркетинг здатний виконувати професійні роботи за Державним класифікатором професій ДК 003:2010:

Код КП	Професійна назва роботи
2419.2	Консультант з маркетингу Рекламист Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку
3436	Помічники керівників
3436.1	Помічники керівників підприємств, установ та організацій
3436.2	Помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів
3436.3	Помічники керівників малих підприємств без апарату управління
3436.9	Інші помічники
3439	Фахівець з інтерв'ювання
3472	Фахівець з інтерв'ювання (засоби масової інформації)
3121	Фахівець з інформаційних технологій
3429	Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)

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

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Черкаський державний бізнес-коледж проводить підготовку бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Діяльність вищого навчального закладу провадиться на принципах:

- 1) автономії та самоврядування;
- 2) розмежування прав, повноважень і відповідальності засновника (засновників), державних органів та органів місцевого самоврядування, до сфери управління яких належить вищий навчальний заклад, органів управління вищого навчального закладу та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій.

Перелік використаних джерел

1. ЗУ від 01.07.2014р. № 1556-VII «Про вищу освіту» [Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>].

2. ЗУ від 05.09.2017р. «Про освіту» - [Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>].
3. Постанова КМУ «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29 квітня 2015 р. №266 - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
4. Постанова КМУ від 30.12.2015р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності». - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п>.
5. Постанова КМУ від 23.11.2011р. № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій». - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
6. Акт узгодження переліку спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за ступенями (освітньо -кваліфікаційними рівнями) бакалавра, спеціаліста, магістра та ліцензованого обсягу. Ліцензія: Серія АЕ №636819, дата видачі 19.06.2015 р. / Додаток до листа МОН від 23 листопада 2015 р. №1/9-561.
7. Наказ МОН України «Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 06. 11. 2015 № 1151. - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>.
8. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // Видавництво «Соцінформ», – К.: 2010.
9. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 - [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>.
10. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 - Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг, затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Інші джерела

1. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ESG_2015.pdf];
2. International Standard Classification of Education (ISCED 2011): UNESCO Institute for Statistics [Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>];
3. ISCED Fields of Education and Training 2013 (ISCED-F 2013):UNESCO Institute for Statistics [Режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>].

4. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 р. № 1648), схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України (протокол від 29.03.2016 № 3);
5. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації [Режим доступу:
http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf];
6. Національний освітній глосарій: вища освіта [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf];
7. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд [Режим доступу:
http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf];
8. Європейська кредитна трансферна накопичувальна система: Довідник користувача [Режим доступу:
http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ECTS_Users_Guide-2015_Ukrainian.pdf].
9. EQF-LLL – European Qualifications Framework for Lifelong Learning [Режим доступу: https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_en.pdf];
10. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area [Режим доступу: <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67>];
11. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>].

Пояснювальна записка
Матриця відповідності визначених ОП компетентностей
дескрипторам НРК (за 1-м рівнем, бакалаврським) зі спеціальності 075
«Маркетинг»

Таблиця 1

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація К1	Автономія та
	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	Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2	відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах
	Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності		Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
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

