

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС-КОЛЕДЖ

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Директор, професор  
\_\_\_\_\_ О. В. Куклін  
«30» серпня 2019 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ**

<b>РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	<b>початковий рівень (короткий цикл)</b>
<b>СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	<b>молодший спеціаліст</b>
<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	<b>07 Управління та адміністрування</b>
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	<b>075 Маркетинг</b>

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

**ЧЕРКАСИ - 2019**

## I. Преамбула

### 1. РОЗРОБЛЕНО

в Черкаському державному бізнес-коледжі.

### 2. ВНЕСЕНО та УХВАЛЕНО

кафедрою економіки, підприємництва та маркетингу Черкаського державного бізнес-коледжу 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 2019 р., протокол № 01-19/20.

### 4. ДООПРАЦЬОВАНО

### 5. РОЗРОБНИКИ:

Гарант: к.е.н., Хлебнікова Н.Б;

Проектна група: к.е.н. Кузнецова Н.Б., викладачі: Піскова С.П., Волощенко О.В.

## 2. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ МОЛОДШОГО СПЕЦІАЛІСТА ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ »

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Черкаський державний бізнес- коледж
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) – молодший спеціаліст Кваліфікація – молодший спеціаліст з маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом молодшого спеціаліста, одиничний 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців (на основі ПЗСО) до 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки 10 місяців (на основі БЗСО)
<b>Наявність акредитації -</b>	-
<b>Цикл/рівень</b>	Закон України «Про вищу освіту» – молодший спеціаліст, НРК України – 5 рівень, FQ-EHEA – короткий цикл, EQF-LLL – 5 рівень
<b>Передумови</b>	Повна загальна середня освіта / базова загальна середня освіта
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська мова
<b>Термін дії освітньої програми</b>	
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://csbc.edu.ua">http://csbc.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньо-професійної програми</b>	
Формування теоретичних і практичних знань з організації та ведення маркетингової діяльності, набуття компетентностей з визначення пріоритетних напрямків та організації ведення бізнесу на засадах маркетингових концепцій, прийняття ефективних маркетингових рішень на внутрішніх та зовнішніх ринках, здатність використання набутих знань з питань маркетингу в практичній діяльності.	
<b>3 – Характеристика освітньо-професійної програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</b>	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Фундаментальна, прикладна, професійна. Програма складається з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Формування фахової компетентності щодо вміння здійснювати ефективну маркетингову діяльність на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності.
<b>Особливості освітньої програми</b>	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; практична підготовка протягом навчання на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності.
<b>4 – Придатність випускників освітньо-професійної програми до працевлаштування та подальшого навчання</b>	

<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускник придатний до працевлаштування на посаду у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: Завідувач секції Завідувач складу Завідувач відділу Директор (керівник) малої торговельної фірми Керуючий магазином Мерчендайзер Агент комерційний Агент торговельний Комівояжер Представник торговельний Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою Фахівець з дослідження товарного ринку Рекламист Маркетолог
<b>Подальше навчання</b>	Подальше навчання за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Підходи до освітнього процесу: проблемно-орієнтований, компетентнісний. Форми організації освітнього процесу: лекції, лабораторні та практичні заняття, семінари, самостійна робота, консультації із викладачами, навчальна практика, виробнича практика, елементи дистанційного навчання. Освітні технології: інтерактивні, інформаційно-комунікаційні, проектного навчання.
<b>Оцінювання</b>	Письмові екзамени, тестування, презентації, звіти, контрольні роботи, атестація (комплексний кваліфікаційний екзамен)
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<b>ЗК 1.</b> Здатність аналізувати та оцінювати соціально-економічні процеси. <b>ЗК 2.</b> Здатність працювати з інформацією та обґрунтовувати управлінські рішення. <b>ЗК 3.</b> Здатність здійснювати комунікаційну діяльність. <b>ЗК 4.</b> Здатність працювати в колективі та команді. <b>ЗК 5.</b> Здатність діяти з позицій соціальної відповідальності. <b>ЗК 6.</b> Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, адаптуватися та діяти у середовищі професійної діяльності. <b>ЗК 7.</b> Здатність спілкуватися державною та іноземною мовою як усно, так і письмово <b>ЗК 8.</b> Здатність займати активну життєву позицію та розвивати лідерські якості. <b>ЗК 9.</b> Здатність до оцінки та аналізу соціально-

	<p>економічних процесів і явищ, до використання економічних знань у професійній діяльності.</p> <p><b>ЗК 10.</b> Здатність до навчання.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</b>	<p><b>СК1.</b> Уміння вести ділові перемовини для налагодження партнерських зв'язків.</p> <p><b>СК2.</b> Здатність здійснювати контроль за виконанням договорів, угод, контрактів.</p> <p><b>СК 3.</b> Здатність підтримувати належний рівень економічних знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.</p> <p><b>СК4.</b> Здатність щодо визначення та ідентифікування концептуальних характеристик загальноекономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання.</p> <p><b>СК5.</b> Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p><b>СК6.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК7.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження ринків товарів та послуг.</p> <p><b>СК8.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати маркетингових досліджень.</p> <p><b>СК9.</b> Здатність аналізувати поведінку споживачів та використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг та ідей.</p> <p><b>СК10.</b> Здатність щодо дослідження конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення.</p> <p><b>СК11.</b> Здатність щодо визначення потреб клієнтів за допомогою ринкових досліджень.</p> <p><b>СК12.</b> Здатність щодо використання новітніх інформаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств.</p> <p><b>СК13.</b> Здатність оцінювати імідж підприємства та обґрунтовувати заходи з його підвищення.</p> <p><b>СК14.</b> Здатність щодо використання інновацій в маркетинговій діяльності підприємства та оцінки їх ефективності.</p> <p><b>СК15.</b> Здатність формувати програму лояльності споживачів на основі концепції соціально-відповідального маркетингу.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
	<b>ПРН1.</b> Застосовувати знання методів наукового пізнання, аналізу та синтезу в наукових дослідженнях та практичній діяльності підприємств
	<b>ПРН2.</b> Застосовувати набуті загальнонаукові та фундаментальні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу
	<b>ПРН3.</b> Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
	<b>ПРН4.</b> Показати належний рівень знань методів та прийомів адаптації, розроблених у психології та соціології, сучасних досягнень у заданій сфері та застосовувати набуті знання для оцінки впливу об'єктивних факторів оточення, генерування ідей в новій

ситуації та знаходження нових креативних підходів до вирішення відомих проблем та завдань.	
<b>ПРН5.</b> Набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
<b>ПРН6.</b> Розробляти запитальник (анкету), ставити цілі дослідження, проводити аналіз та інтерпретацію результатів дослідження.	
<b>ПРН7.</b> Показати знання процесів групової динаміки та принципів формування команди, на основі яких аналізувати та проектувати між особові, групові й організаційні комунікації; проявляти терпимість щодо точок зору інших, йти на компроміс, здійснювати вагомий внесок в роботу команди, навіть всупереч особистим інтересам.	
<b>ПРН8.</b> Оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	
<b>ПРН9.</b> Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
<b>ПРН10.</b> Підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
<b>ПРН11.</b> Оцінювати та аналізувати стан та закономірності розвитку міжнародного середовища.	
<b>ПРН12.</b> Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та між культурності.	
<b>ПРН13.</b> Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
<b>ПРН14.</b> Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії.	
<b>ПРН15.</b> Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
<b>ПРН16.</b> Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	
<b>ПРН17.</b> Показати знання сучасних методів обробки маркетингової інформації, програмного забезпечення та вміння використовувати їх для рішення практичних маркетингових завдань.	
<b>ПРН18.</b> Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	
<b>ПРН19.</b> Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.	
<b>ПРН20.</b> Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.	
<b>Комунікація (КОМ)</b>	Уміння спілкуватись, включаючи усну та письмову комунікацію українською та іноземною мовою (англійською). Уміння використовувати інформаційні технології та інші методи для ефективного спілкування на професійному та соціальному рівнях.
<b>Автономія і відповідальність (АВ)</b>	Здатність адаптуватись до нових ситуацій, обґрунтовувати, приймати та реалізовувати у межах компетентності рішення. Здатність усвідомлювати необхідність навчання впродовж усього життя з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань в предметній області. Здатність відповідально ставитись до виконуваної роботи та досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики, самостійно приймати рішення і нести відповідальність за їх прийняття. Здатність демонструвати розуміння основних засад охорони

	праці та безпеки життєдіяльності та їх застосування.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Розробники програми: 2 кандидати економічних наук, спеціаліст вищої категорії. Всі члени проектної групи є штатними працівниками Черкаського державного бізнес-коледжу. До реалізації програми залучаються педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти з досвідом роботи за фахом. З метою підвищення фахового рівня всі педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам; 100% забезпеченість спеціалізованими навчальними лабораторіями, комп'ютерними та прикладними комп'ютерними програмами, мультимедійним обладнанням; соціальна інфраструктура, яка включає їдальню, медпункт; 100% забезпеченість гуртожитком; доступ до мережі Інтернет, у т.ч. бездротовий доступ.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Забезпеченість бібліотеки підручниками і посібниками, фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до бази даних періодичних наукових видань англійською мовою; офіційний веб-сайт, наявність електронного ресурсу навчально-методичних матеріалів навчальних дисциплін, у т.ч. у системі дистанційного навчання MOODLE.

### **3. СТРУКТУРА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ МОЛОДШИХ СПЕЦІАЛІСТІВ**

Галузь знань 07 Управління та адміністрування,  
спеціальність: 075 Маркетинг

#### **3.1. Розподіл змісту освітньо–професійної програми за групами освітніх компонент і циклами підготовки**

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Структура, %
	Кредитів	годин	
<i>Цикл дисциплін гуманітарної підготовки</i>	<b>29</b>	<b>870</b>	<b>24%</b>
<i>Цикл природничо-наукової та загальноекономічної підготовки</i>	<b>33</b>	<b>990</b>	<b>27,5%</b>
<i>Цикл професійної підготовки</i>	<b>45</b>	<b>1350</b>	<b>37,5%</b>
<i>Цикл практичної підготовки</i>	<b>12</b>	<b>360</b>	<b>10%</b>
<i>Державна атестація</i>	<b>1</b>	<b>30</b>	<b>1%</b>
<b>ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ,</b> в т.ч. варіативна складова	<b>120</b> 10	<b>3600</b> 300	<b>100%</b> 8%

### 3.2. Перелік компонент ОПП

Складові освітньо-професійної програми	Загальна кількість		Навчальний семестр	Форма контролю
	Кредитів	годин		
<b>1. Цикл дисциплін гуманітарної підготовки</b>				
Філософія, культурологія, соціологія	5	150	1	екзамен
Іноземна мова (за проф спрямув) + 3год ВІ	9	270	1-4	залік
Правознавство	5	150	2	залік
Риторика	4	120	3	екзамен
Фізичне виховання	6	180	1-3	залік
<b>Всього навчальні дисципліни:</b>	<b>29</b>	<b>870</b>		
<b>РАЗОМ по циклу 1:</b>	<b>29</b>	<b>870</b>		
<b>2. Цикл природничо-наукової та загальноекономічної підготовки</b>				
Вища математика	5	150	3	залік
Політична економія	5	150	1	екзамен
Інформатика і КТ	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	4	120	1	залік
<b>Всього навчальні дисципліни:</b>	<b>33</b>	<b>990</b>		
<b>РАЗОМ по циклу 2:</b>	<b>33</b>	<b>990</b>		
<b>3. Цикл професійної підготовки</b>				
<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
<b>Всього базові навчальні дисципліни:</b>	<b>37</b>	<b>1110</b>		
<i>Вибіркові навчальні дисципліни:</i>				
Реклама і стимулювання продажу	6	180	2	залік
Підготовка до підсумкової атестації	2	60	2,4	залік
<b>Всього вибіркові дисципліни:</b>	<b>8</b>	<b>240</b>		
<b>РАЗОМ по циклу 3:</b>	<b>45</b>	<b>1350</b>		
<b>Цикл практичної підготовки</b>				
Навчальна практика	4	120	2	залік



Маркетингова практика	4	120	3	залік
Виробнича практика	4	120	4	звіт
<b>РАЗОМ по циклу практичної підготовки:</b>	<b>12</b>	<b>360</b>		
<b>4. Державна атестація</b>				
Підготовка до підсумкової атестації та (комплексний іспит за фахом)*	1	30		Комплексний іспит за фахом
<b>РАЗОМ Підсумкова атестація:</b>	<b>1</b>	<b>30</b>		

#### 4. Форми атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі: - Комплексного іспиту за фахом (маркетинг, розроблення товару, логістика, ринкові дослідження, комунікаційна діяльність) та завершується видачею документа про вищу освіту встановленого зразка про присудження освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» з присвоєнням кваліфікації «молодший спеціаліст з маркетингу».
--	--

#### 5. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG) та статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

<b>Принципи та процедури забезпечення якості освіти</b>	<p>Принципи забезпечення якості освіти:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- відповідальність за якість вищої освіти, що надається;</li> <li>- забезпечення якості відповідає різноманітності систем вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів;</li> <li>- забезпечення якості сприяє розвитку культури якості;</li> <li>- забезпечення якості враховує потреби та очікування студентів, усіх інших стейкхолдерів та суспільства.</li> </ul> <p><b>Процедурами забезпечення якості освіти є:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- розробка стратегії і політики в сфері якості вищої освіти;</li> <li>- розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;</li> <li>- 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.</li> <li>- організація підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і</li> </ul>
---	---

	<p>науково-педагогічних працівників;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;</li> <li>- створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;</li> <li>- оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;</li> <li>- розробка політики щодо ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях здобувачів вищої освіти;</li> <li>- інших процедур і заходів.</li> </ul>
<p><b>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</b></p>	<p>Здійснюється моніторинг і періодичний перегляд програм з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, слід 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"> <li>- змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам;</li> <li>- потреб суспільства, що змінюються;</li> <li>- навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми;</li> <li>- ефективності процедур оцінювання студентів;</li> <li>- очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання;</li> <li>- навчального середовища відповідності меті і змісту програми; якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти.</li> </ul> <p>Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та інших стейкхолдерів.</p>
<p><b>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти</b></p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері;</li> <li>- критерії та методи оцінювання, а також критерії виставлення оцінок оприлюднюються заздалегідь;</li> <li>- оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання;</li> <li>- оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніж дві особи;</li> <li>- процедури оцінювання здобувачів вищої освіти повинні враховувати пом'якшувальні обставини;</li> <li>- оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур;</li> </ul>

	- наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти.
<b>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників</b>	Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних, педагогічних та наукових працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах: <ul style="list-style-type: none"> <li>- обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації;</li> <li>- прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації;</li> <li>- моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності;</li> <li>- обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність;</li> <li>- оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації.</li> </ul>
<b>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</b>	Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснюють відповідну підтримку студентів. 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, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання. Внутрішнє забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси в ідповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.
<b>Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом</b>	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; адмін істрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; -моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.
<b>Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації</b>	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова» діяльність публікується на сайті ЧДБК, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, студентів, випускників, інших стейкхолдерів і громадськості. Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 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.
<b>Запобігання та виявлення академічного</b>	Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в ЧДБК, базується на таких принципах:

<b>плагіату</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дотримання загальноприйнятих принципів моралі;</li> <li>- демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм;</li> <li>- повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності;</li> <li>- дотримання норм законодавства про авторське право;</li> <li>- посилання на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей ;</li> <li>- самостійне виконання індивідуальних завдань.</li> </ul>
-----------------	--

### 5. Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітньо-професійною програмою

- базова середня освіта;
- повна загальна середня освіта за умови вступу на старші курси;
- умови прийому на програму регламентуються Правилами прийому

### Пояснювальна записка Матриця відповідності визначених ОПІ компетентностей дескрипторам НРК

Таблиця 1

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономність та відповідальність
<b>Загальні</b>				
<b>ЗК 1.</b> Здатність аналізувати та оцінювати соціально-економічні процеси.	+	+		
<b>ЗК 2.</b> Здатність працювати з інформацією та обґрунтовувати управлінські рішення.	+	+		
<b>ЗК 3.</b> Здатність здійснювати комунікаційну діяльність.	+	+		
<b>ЗК 4.</b> Здатність працювати в колективі та команді.		+	+	+
<b>ЗК 5.</b> Здатність діяти з позицій соціальної відповідальності.	+	+	+	
<b>ЗК 6.</b> Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, адаптуватися та діяти у середовищі професійної діяльності.			+	+
<b>ЗК 7.</b> Здатність спілкуватися державною та іноземною мовою як усно, так і письмово	+		+	+

<b>ЗК 8.</b> Здатність займати активну життєву позицію та розвивати лідерські якості.			+	+
<b>ЗК 9.</b> Здатність до оцінки та аналізу соціально-економічних процесів і явищ, до використання економічних знань у професійній діяльності.		+	+	+
<b>ЗК 10.</b> Здатність до навчання.	+	+	+	+
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>				
<b>СК1.</b> Уміння вести ділові перемовини для налагодження партнерських зв'язків.		+	+	+
<b>СК2.</b> Здатність здійснювати контроль за виконанням договорів, угод, контрактів.	+	+	+	+
<b>СК3.</b> Здатність підтримувати належний рівень економічних знань та постійно підвищувати свою професійну підготовку.	+	+		
<b>СК4.</b> Здатність щодо визначення та ідентифікування концептуальних характеристик загальноекономічних процесів та оцінювання їх впливу на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання.	+	+		
<b>СК5.</b> Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу функціональних зв'язків між її складовими.	+	+		
<b>СК6.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.	+	+		
<b>СК7.</b> Здатність проводити маркетингові дослідження ринків товарів та послуг.	+	+		+
<b>СК8.</b> Здатність обґрунтовувати і презентувати результати впроваджувати результати		+	+	+

маркетингових досліджень.				
<b>СК9.</b> Здатність аналізувати поведінку споживачів використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг та ідей.		+	+	+
<b>СК10.</b> Здатність щодо дослідження конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення.	+	+	+	
<b>СК11.</b> Здатність щодо визначення потреб клієнтів з а допомогою ринкових х досліджень.	+	+	+	+
<b>СК12.</b> Здатність щодо використання новітніх інформаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств.	+	+		
<b>СК13.</b> Здатність оцінювати імідж підприємства та обґрунтовувати заходи з його підвищення.	+	+	+	+
<b>СК14.</b> Здатність щодо використанн інновацій в маркетинговій діяльност і підприємства та оцінки їх ефективності.		+		+
<b>СК15.</b> Здатність формувати програму лояльності споживачів на основі концепції соціально-відповідального маркетингу.		+	+	+