

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Директор Тернопільського фахового
коледжу харчових технологій
і торгівлі**

Людмила КРУКЕВИЧ

2024 р.



КОНЦЕПЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**з надання освітніх послуг
у сфері фахової передвищої освіти
за спеціальністю**

075 Маркетинг

освітньо-професійна програма «Маркетинг»

**Розглянуто і схвалено
на засіданні Педагогічної ради
Голова Людмила КРУКЕВИЧ
Протокол № 1 від «29» серпня 2024 року**



Тернопіль - 2024

**Концепція освітньої діяльності
Тернопільського фахового коледжу харчових технологій
з підготовки фахівців рівня фахової передвищої освіти
за галуззю знань 07 Управління та адміністрування
спеціальності 075 Маркетинг**

Рівень освіти: фахова передвища освіта,

п'ятий кваліфікаційний рівень за Національною рамкою кваліфікації,

згідно із Законом України «Про фахову передвищу освіту».

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр

Загальний обсяг у кредитах ЄКТС та строк навчання:

- на основі повної загальної середньої освіти 120 кредитів

1 рік 10 місяців

- на основі базової середньої освіти здобувачі фахової передвищої освіти зобов'язані одночасно виконати освітню програму профільної середньої освіти. Освітня програма профільної середньої освіти професійного спрямування інтегрується за освітньо-професійною програмою фахового молодшого бакалавра

2 роки 1- місяців

Назва освітньо-професійної програми: *Маркетинг*

Мета освітньої діяльності закладу щодо реалізації освітньо-професійної програми з підготовки фахівців рівня фахової передвищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування - надати здобувачам освіти теоретичні знання, практичні вміння, навички та компетентності, достатні для успішного виконання професійних обов'язків і вирішення практичних завдань у сфері маркетингу, що передбачають дослідження ринку, формування та розвиток споживчих потреб, розроблення й реалізацію маркетингових стратегій, управління товарною, ціновою, збутовою та комунікаційною політикою підприємств, забезпечення їх конкурентоспроможності й ефективного функціонування на вітчизняному та міжнародному ринках.

Концепція освітньої діяльності на спеціальності «Маркетинг» передбачає:

- формування у здобувачів фахової передвищої освіти комплексу знань, умінь і навичок для застосування в професійній діяльності у сфері маркетингу, спрямованих на ефективне дослідження ринку, вивчення потреб споживачів та забезпечення конкурентоспроможності підприємств;
- засвоєння здобувачами освіти сучасних методів і технологій маркетингової діяльності, включаючи брендинг, товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику;
- оволодіння моделями та інструментами аналізу ринкової кон'юнктури, прогнозування тенденцій, стратегічного та оперативного планування маркетингових заходів, використання інноваційних підходів у просуванні товарів і послуг;
- набуття практичних навичок застосування цифрових технологій у маркетингу, інструментів інтернет-маркетингу, CRM-систем, маркетингової аналітики та комунікаційних платформ;
- сприяння розвитку безперервної освіти та професійного самовдосконалення здобувачів освіти упродовж життя;
- реалізація демократичної системи навчання, що орієнтується на поєднання академічної підготовки з практико-орієнтованими завданнями та індивідуальними освітніми траєкторіями.

1. Перелік освітніх компонентів, спрямованих на досягнення передбачених освітньо - професійною програмою результатів навчання, із зазначенням необхідних засобів для провадження освітньої діяльності.

№ /п	Код н/д	Освітні компоненти	Передбачувані результати навчання	Необхідні засоби для провадження освітньої діяльності
Обов'язкові компоненти ОПП				
Обов'язкові освітні компоненти, що формують загальні компетентності				
	ОК 1	Основи філософських знань	РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з філософії, електронні освітні платформи, навчальні відео та відеолекції з історії та теорії філософії, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 2	Історія України	РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності. РН20. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, хрестоматії, атласи та контурні карти, портрети, ілюстрації, спеціалізовані освітні платформи, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, GoogleForms тощо).
	ОК 3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	РН2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.	Мультимедійний проектор/телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет; термінологічні словники, спеціалізовані підручники, методичні рекомендації, зразки офіційних документів, ділових листів, електронні презентації, відеоматеріали, шаблони для складання документів, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).

ОК 4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	РН2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.	Мультимедійний проектор/телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет; спеціалізовані підручники та посібники, аудіо- та відеоматеріали, термінологічні словники, платформи для вивчення мови, застосунки для вивчення карток, а також онлайн-курси, професійні блоги, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
ОК 5	Культурологія	РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності. РН16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з культурології; наукові статті та монографії з історії та теорії культури; відеоматеріали мультимедійні ресурси (онлайн-музеї, галереї, культурні архіви); методичні рекомендації, конспект лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
ОК 6	Основи економічної теорії	РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з економічної теорії, електронні освітні платформи, методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; наукові статті та журнали з економіки, нормативно-правові акти з економічних питань, калькулятори, роздаткові матеріали, навчальні відео, методичні рекомендації, конспект лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо); приклади статистичних звітів та аналітичних матеріалів.
ОК 7	Інформатика і комп'ютерна техніка	РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані	Комп'ютери або ноутбуки з доступом до мережі Інтернет, підручники та посібники з інформатики та комп'ютерної техніки; наукові статті та методичні матеріали з ІТ у маркетингу; спеціалізоване програмне забезпечення для маркетингового аналізу та візуалізації даних, графічні редактори; зразки звітів, графіків,

			програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу.	презентацій; методичні рекомендації, конспект лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 8	Основи безпеки життєдіяльності і охорони праці	РН.16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. РН20. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України. РН21. Орієнтуватися в умовах надзвичайної ситуації, надавати домедичну допомогу, приймати обґрунтовані рішення щодо особистої та колективної безпеки, виконувати дії за сигналами оповіщення та під час евакуації, демонструвати готовність до захисту Вітчизни відповідно до вимог чинного законодавства.	Мультимедійний проектор/телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з безпеки життєдіяльності, нормативно-правові акти з охорони праці та цивільного захисту, плакати та наочні матеріали з техніки безпеки, навчальні відео з правил поведінки у надзвичайних ситуаціях, макети та тренажери (вогнегасники, аптечки, засоби індивідуального захисту), методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 9	Фізичне виховання	РН20. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.	Спортивна зала, відкриті спортивні майданчики, гімнастичні мати, лави, шведські стінки, скакалки, спортивний інвентар для ігрових видів спорту, легкоатлетичний інвентар.
	ОК10	Основи правознавства	РН20. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з правознавства, Конституція України, кодекси та інші нормативно-правові акти, наукові статті й коментарі до законодавства, відеоматеріали, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо) електронні бази законодавства «ЛІГА:ЗАКОН», «ZakonOnline»).
	ОК11	Основи військової, військово-медичної підготовки та цивільного захисту	РН.16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. РН20. Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України. РН21. Орієнтуватися в умовах надзвичайної ситуації, надавати домедичну допомогу, приймати обґрунтовані рішення щодо особистої та колективної безпеки,	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники, навчально-тренувальний майданчик (полігон), макети та муляжі зброї, засоби індивідуального захисту (протигази, респіратори, захисні костюми), навчальні медичні манекени та тренажери, аптечки та перев'язувальні матеріали, прилади радіаційного і хімічного контролю, методичні

			виконувати дії за сигналами оповіщення та під час евакуації, демонструвати готовність до захисту Вітчизни відповідно до вимог чинного законодавства.	рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
Обов'язкові освітні компоненти, що формують спеціальні компетентності				
	ОК 12	Основи товарознавства	РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН19. Вміти оцінити товарознавчі характеристики продукції.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з основ товарознавства; наукові статті та методичні матеріали з класифікації та оцінки товарів, стандарти; відеоогляди якості та маркування продукції; муляжі, зразки етикеток та пакувань, сертифікатів якості, документів супроводу товару; методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 13	Основи підприємницької діяльності	РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з основ підприємницької діяльності; Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Закон «Про підприємництво» та інші нормативно-правові акти; наукові та практичні статті з бізнес-тематики; онлайн-ресурси для бізнес-планування та аналізу ринку; зразки установчих документів, бізнес-планів, договорів; методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 14	Поведінка споживачів	РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з поведінки споживачів; наукові статті та монографії з маркетингу та споживчої психології; відеоматеріали; спеціалізовані програми для маркетингових досліджень та аналітики; зразки анкет, опитувань, звітів; методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).

OK 15	Бухгалтерський облік	РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, офісні пакети (MS Excel, Google Sheets), спеціалізоване програмне забезпечення для бухгалтерського обліку (MASTER Бухгалтерія), доступ до нормативно-правових баз та стандартів обліку (Мінфін України, НБУ, Податковий кодекс, МСФЗ), підручники та навчальні посібники з бухгалтерського обліку, конспекти лекцій та презентації; методичні рекомендації до практичних робіт і облікових завдань, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо); приклади фінансової, податкової та управлінської звітності підприємств.
OK 16	Економіка підприємства	РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та навчальні посібники з економіки підприємства, методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо); приклади бізнес-планів та фінансових звітів підприємств.
OK 17	Маркетингова товарна політика	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з маркетингової товарної політики; наукові статті та монографії з маркетингу; відеоматеріали, зраки товарів та пакування, методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, GoogleForms тощо).

			роботі.	
	OK 18	Організація маркетингової діяльності	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з організації маркетингової діяльності; наукові статті та монографії з менеджменту та маркетингу; зразки маркетингових планів, структур організації маркетингового управління, посадових інструкцій, методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	OK19	Інформаційні системи і технології в маркетингу	РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютери/ноутбуки, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з інформаційних систем і технологій в маркетингу; наукові статті та монографії з ІТ у бізнесі; відеоматеріали; спеціалізоване програмне забезпечення (CRM-системи, trendHERO); зразки ІТ-рішень, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	OK 20	Маркетингова комунікаційна діяльність	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з маркетингових комунікацій; наукові статті та монографії з реклами, PR та комунікаційного менеджменту; відеоматеріали; обладнання для створення контенту; соціальні мережі; зразки рекламних матеріалів, медіапланів, презентацій; методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).

			РН12.Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	
	ОК 21	Організація закупівель та інтернет-продажів	РН13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН18. Вміти організовувати систему закупівель та продажів на підприємстві.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютери/ноутбуки, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з організації закупівель та електронної комерції; наукові статті та монографії; відеоматеріали; спеціалізовані програми та платформи для закупівель і онлайн-продажів; зразки договорів поставки, комерційних пропозицій, рахунків, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 22	Основи професійної етики в маркетингу	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності. РН16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з професійної етики та етики бізнесу; наукові статті й монографії з маркетингової етики та корпоративної соціальної відповідальності; відеоматеріали, кодекси маркетингової етики; зразки етичних кодексів компаній, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 23	Менеджмент	РН2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів.	Мультимедійний проектор, інтерактивна дошка /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з менеджменту; наукові статті та монографії з теорії й практики управління; методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; відеоматеріали; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms); зразки організаційних структур, планів, звітів.
	ОК 24	Маркетингова цінова політика	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН7. Визначати показники результативності	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з маркетингової цінової політики та ціноутворення; наукові статті й монографії з ціноутворення та стратегії ціни;

			маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	зразки прайс-листів, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ОК 25	Маркетинг	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН16. Демонструвати відповідальність у ставленні до	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютери/ноутбуки, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з маркетингу; наукові статті та монографії; методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; аудіо- та відеоматеріали; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms); обладнання для створення контенту, зразки маркетингових планів, рекламних матеріалів.

			моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
	ОК 26	Маркетингові дослідження	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки. РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютери/ноутбуки, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з маркетингових досліджень; наукові статті та монографії з методології та інструментів маркетингової аналітики; спеціалізовані програми для збору й аналізу даних; зразки анкет, опитувальників, звітів маркетингових досліджень; методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; аудіо- та відеоматеріали; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms).
	ОК 27	Управління маркетинговими проектами	РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з управління проектами; наукові статті та монографії з проектного менеджменту; зразки планів проектів, бюджетів, звітів; методичні рекомендації, конспекти лекцій

			РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	OK 28	Логістика	РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН17. Використовувати логістичні системи у маркетинговій діяльності. РН18. Вміти організовувати систему закупівель та продажів на підприємстві.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з логістики; наукові статті та монографії з управління ланцюгами постачань; відеоматеріали зразки логістичних схем, договорів і планів постачань; методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
Практична підготовка				
	OK 29	Навчальна практика	РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.	Комп'ютери/ноутбуки з доступом до мережі Інтернет; обладнання для створення контенту, підручники та посібники з маркетингу; методичні рекомендації; зразки маркетингових планів, рекламних матеріалів.

			РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності. РН.16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
	ОК 30	Технологічна практика	РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. РН11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта. РН13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності. РН.16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Комп'ютери/ноутбуки з доступом до мережі Інтернет; підручники та посібники з маркетингу; обладнання для створення контенту, методичні рекомендації; зразки маркетингових планів, рекламних матеріалів.

Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми				
	ВК1	Основи екології	РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності. РН16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, навчальні відео та відеолекції з екології, лабораторне обладнання для екологічних досліджень, електронні бази даних екологічної інформації (Державна екологічна інспекція України, Національна бібліотека України), природоохоронні посібники та нормативні акти з охорони навколишнього середовища, методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, GoogleForms тощо).
		Основи психології	РН6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі. РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет; спеціалізовані онлайн-платформи, YouTube-канали: «Психологічна допомога», «АІС я психолог», психологічні тести та опитувальники, проєктивні методики; методичні рекомендації, конспекти лекцій та презентації, програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ВК2	Статистика	РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, підручники та навчальні посібники, методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо); приклади статистичних звітів та аналітичних матеріалів.
		Біржова діяльність	РН18. Вміти організовувати систему закупівель та продажів на підприємстві.	Мультимедійний проектор /телевізор; комп'ютери/ноутбуки, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з біржової діяльності; методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, GoogleForms тощо).
	ВК3	Основи наукових досліджень	РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники,	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет,

			обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН.16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	підручники та посібники з основ наукових досліджень; наукові статті й монографії з методології та організації наукової діяльності; спеціалізоване програмне забезпечення для обробки даних і оформлення наукових робіт; доступ до електронних бібліотек і баз даних (Google Scholar); зразки наукових статей, тез, збірників матеріалів конференцій, курсових та науково-пошукових робіт; приклади оформлення бібліографічного опису, методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
		Цифровий маркетинг	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	Мультимедійний проектор, настінний екран; комп'ютери/ноутбуки, доступ до мережі Інтернет, підручники та посібники з цифрового маркетингу; наукові статті та монографії з інтернет-маркетингу, SMM та SEO; спеціалізовані інструменти цифрового маркетингу (Google Analytics, Google Ads, Facebook Ads Manager, Instagram, CRM-системи, Canva); онлайн-інструменти для аналізу ринку (Google Trends, trendHERO), методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
	ВК4	Реклама і стимулювання збуту	РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію. РН7. Визначати показники результативності	Мультимедійний проектор, інтерактивна дошка /телевізор; комп'ютер/ноутбук, доступ до мережі Інтернет, програмне забезпечення (Adobe Photoshop, Canva, DaVinci Resolve, MS Office, Google Workspace), засоби демонстрації реклами (екрани, плакати, буклети, зразки рекламних продуктів), обладнання для створення контенту, навчальні та наукові видання з реклами і

			маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.	маркетингу, методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).
		Контент-маркетинг	РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. РН2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі. РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу. РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища. РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	Мультимедійне обладнання (проектор, монітор), комп'ютери або ноутбуки, доступ до мережі Інтернет, програмне забезпечення для роботи з текстами, графікою та відео (Adobe Photoshop, Canva, DaVinci Resolve, MS Office), соціальні мережі як практичні майданчики для створення та тестування контенту, обладнання для створення контенту, приклади контент-плану, успішних контент-кампаній; методичні рекомендації; конспекти лекцій та презентації; програмне забезпечення для тестування (Moodle, Google Forms тощо).

2. Інформація про відповідність стандарту фахової передвищої освіти, відповідно до якого впроваджується освітня діяльність

Освітньо - професійна програма зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування відповідає стандарту фахової передвищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг, галузі знань 07 Управління та адміністрування «фаховий молодший бакалавр», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України №703 від 22.06.2021 року.

3. Опис освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки фахівців рівня фахової передвищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування

Освітньо-професійна програма орієнтується на сприяння загального розвитку здобувачів знань і підготовку їх до самостійного вирішення важливих світоглядних, соціально-економічних та професійних проблем через реалізацію набутих загальних та фахових компетентностей, через виконання виробничих функцій, вирішення завдань професійної діяльності, розв'язання спеціалізованих задач та практичних проблем. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих та сучасних наукових розробках у галузі управління та адміністрування, у межах яких можлива подальша професійна кар'єра в сфері маркетингу, реклами, комунікацій та управління бізнес-процесами.

Мета освітньо-професійної програми полягає в підготовці висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, які мають фундаментальні знання в сфері управління та адміністрування, здатних самостійно вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності підприємства.

Характерною особливістю даної програми є її міждисциплінарний характер, що надає можливість випускникам отримати широкий спектр теоретичних знань, практичних умінь, навичок та компетентностей, достатніх для успішного виконання професійних обов'язків у різних сферах професійної діяльності та вигідно реалізувати себе на ринку праці.

Особливу увагу в освітньо-професійній програмі зосереджено на ґрунтовній практичній підготовці, що забезпечує формування професійного підходу до вирішення маркетингових та управлінських завдань у підприємствах і організаціях різних форм власності. Програма орієнтована на розроблення та реалізацію заходів із підвищення конкурентоспроможності бізнесу, оптимізацію маркетингових стратегій і комунікацій, удосконалення систем просування товарів і послуг, планування, контролю та аналітики з урахуванням вимог швидкого розвитку інноваційних і соціально-економічних процесів.

Суттєве значення програми полягає в отриманні спеціальної фахової освіти та професійної підготовки у сфері маркетингової діяльності, брендингу, стратегічного й операційного маркетингу, цифрових комунікацій та управління відносинами з клієнтами. Завдяки спектру набутих компетентностей випускники зможуть успішно реалізувати себе на сучасному ринку праці.

3.1 Перелік основних компетентностей, якими повинен оволодіти здобувач рівня фахової передвищої освіти:

3.1.1 Інтегральна компетентність:

Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів соціальних, поведінкових і економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.

3.1.2 Загальні компетентності:

Загальні компетентності, визначені стандартом фахової передвищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»:

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 та свобод людини, громадянина в Україні, патріота своєї країни.

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.

ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 4. Здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК 8. Здатність працювати в команді.

Загальні компетентності, визначені коледжем:

ЗК 9. Здатність працювати самостійно та автономно.

ЗК 10. Здатність діяти в умовах надзвичайних ситуацій мирного і воєнного часу, застосовувати набуті знання з основ військової справи, домедичної допомоги та цивільного захисту для забезпечення особистої безпеки, безпеки інших осіб та виконання громадянського обов'язку щодо захисту.

Спеціальні компетентності:

Спеціальні компетентності, визначені стандартом фахової передвищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»

СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.

СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.

СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.

СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній

діяльності.

СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.

СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Спеціальні компетентності, визначені коледжем:

СК 11. Здатність виявляти та вирішувати проблеми в сфері маркетингу.

СК 12. Здатність приймати обґрунтовані рішення в маркетинговій діяльності.

СК 13. Здатність розробляти рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності досліджуваного суб'єкта.

СК 14. Здатність здійснення науково-пошукової та дослідницької діяльності.

СК 15. Здатність до професійного самовдосконалення, самоосвіти в умовах мінливого середовища та підвищення рівня кваліфікації відповідно до потреб ринку праці.

3.2 Після завершення навчання за освітньо-професійною програмою

Фахівець підготовлений до роботи у різних галузях економіки України.

Фахівець здатний виконувати зазначені професійні роботи за Національним класифікатором України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 і займати первинні посади:

341 – фахівці в галузі фінансів та торгівлі

3411 – дилери

3411 – маклер біржовий

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.

Рекомендовано продовження навчання на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти.

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

Результати навчання, визначені стандартом фахової передвищої освіти спеціальності 075 Маркетинг:

РН1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.

РН2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.

РН3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

РН4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.

РН5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного, методичного й методологічного інструментарію.

РН6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.

РН7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.

РН8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язування завдань з маркетингу.

РН9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.

РН11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу в діяльності ринкових суб'єктів.

РН12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

РН13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.

РН14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.

РН15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.

Результати, визначенні закладом фахової передвищої освіти із урахуванням особливостей даної ОПП:

РН16. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

РН17. Використовувати логістичні системи у маркетинговій діяльності.

РН18. Вміти організовувати систему закупівель та продажів на підприємстві.

РН19. Вміти оцінити товарознавчі характеристики продукції.

Знати свої права, як члена суспільства, цінності громадянського суспільства, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України

РН21. Орієнтуватися в умовах надзвичайної ситуації, надавати домедичну допомогу, приймати обґрунтовані рішення щодо особистої та колективної безпеки, виконувати дії за сигналами оповіщення та під час евакуації, демонструвати готовність до захисту Вітчизни відповідно до вимог чинного законодавства.

3.3 Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання

Особа має право здобувати ступінь фахового молодшого бакалавра за наявності в неї базової загальної середньої освіти або повної загальної середньої освіти. Абітурієнти повинні мати державний документ про освіту встановленого зразка.

3.4 Порядок оцінювання результатів навчання

У Тернопільському фаховому коледжі харчових технологій і торгівлі для здобуття рівня фахової передвищої освіти, освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр зі спеціальності 075 Маркетинг, використовуються інтерактивні, проєктні, проблемні, контекстні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі технології навчання. Поточний контроль знань здійснюється на основі усного та письмового опитування, контрольних робіт, презентацій, написання рефератів, звітів з лабораторних та практичних робіт, семінарів, захисту курсових робіт.

Оцінювання освітньо-професійної та практичної підготовки здобувача рівня фахової передвищої освіти під час проведення атестації проводять за національною шкалою, 4-бальною (відмінно, добре, задовільно, незадовільно).

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі кваліфікаційного іспиту.

Кваліфікаційний іспит складається з двох блоків: теоретичного та практичного. Теоретичний блок передбачає комплексне тестування з визначених компонентів ОПП. Виконання тестових завдань передбачається із застосуванням програмного забезпечення Google Forms. Оцінювання здійснюється за 4-бальною шкалою. Тестова частина передбачає виконання 50 завдань, кожне з яких оцінюється в 0,02 бала (в загальній сумі 1 бал). Практичний блок передбачає вирішення професійних ситуацій та розв'язування розрахункових задач. За практичний блок здобувач може отримати максимум 3 бали.

На підставі рішення екзаменаційної комісії особі, яка продемонструвала відповідність результатів навчання вимогам освітньо-професійної програми, освітньо-професійного ступеню фахового молодшого бакалавра присвоюється кваліфікація «фаховий молодший бакалавр з маркетингу» та видається диплом фахового молодшого бакалавра.

3.5 Основна мета освітньої діяльності коледжу за спеціальністю 075 «Маркетинг» полягає у професійній підготовці фахівців з маркетингу, здатних здійснювати професійну діяльність на основі засвоєння базових і прикладних

маркетингових понять та принципів, проводити дослідження і аналіз ринкових процесів, споживчої поведінки та конкурентного середовища, формувати й забезпечувати ефективне функціонування маркетингової системи підприємства з метою прийняття обґрунтованих управлінських і маркетингових рішень.

4. При провадженні освітньої діяльності передбачається дотримання вимог наступних офіційних документів:

1. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
2. Закон України «Про фахову передвищу освіту» від 06.06.2019 № 2745-VII.I URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2745-19#Text>
3. Закон України «Про вищу освіту» - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
4. Указ Президента України «Питання європейської та євроатлантичної інтеграції» від 20 квітня 2019р. № 155/2019 - <https://www.president.gov.ua/documents/1552019-26586>.
5. Наказ Міністерства освіти і науки України від 13.07.2020 № 918 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів фахової передвищої освіти». URL : <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-metodichnih-rekomendacij-shodo-rozroblennya-standartiv-fahovoyi-peredvishoyi-osvit>
6. Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2018 № 570 «Про затвердження типової освітньої програми профільної середньої освіти закладів освіти, що здійснюють підготовку молодших спеціалістів на основі базової загальної середньої освіти».URL : <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-tipovoyi-osvitnoyi-programi-profilnoyi-serednoyi-osviti-zakladiv-osviti-sho-zdijsnyuyut-pidgotovkum-molodshih-specialistiv-na-osnovi-bazovoyi-zagalnoyi-serednoyi-o>
7. Наказ Міністерства освіти і науки України від 22.06.2021 № 703 «Про затвердження стандарту фахової передвищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр».
8. Постанова Кабінету Міністрів від 29.04.2015 № 266 «Про затвердження

переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/266-](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/266-2015-%D0%BF#Text)

2015-%D0%BF#Text

9. Постанова Кабінету Міністрів України Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-p/page..> (із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ: № 347 від 10.05.2018р.; №180 від 03.03.2020р.; № 365 від 24.03.2021р.).

10. Наказ Держспоживстандарту від 28.10.2010 №327 «Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК003:2010». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>

11. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» для підготовки здобувачів фахової передвищої освіти з галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг, затверджена педагогічною радою Тернопільського фахового коледжу харчових технологій і торгівлі. Протокол № 8 від 28 червня 2024 р.

Директор коледжу



Людмила КРУКЕВИЧ