

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі

ЗАТВЕРДЖЕНО

Директор коледжу

Людмила КРУКЕВИЧ

Наказ №122-О від 31.10.2025 р.



ПЕРСПЕКТИВНИЙ ПЛАН

розвитку освітньої діяльності та забезпечення якості фахової передвищої освіти
за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
за освітньо-професійним ступенем фаховий молодший бакалавр
зі спеціальності D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
у Тернопільському фаховому коледжі харчових технологій і торгівлі на 2025-2030 н.р.

ПОГОДЖЕНО

Педагогічною радою

Тернопільського фахового коледжу харчових технологій і торгівлі

Голова педагогічної ради

Людмила КРУКЕВИЧ

(протокол №2 від 31 жовтня 2025)



Мета освітньо-професійної програми. Підготовка 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

Освітньо-професійна програма спрямована на **підготовку конкурентоспроможних, практично орієнтованих фахівців з маркетингу**, здатних ефективно працювати в умовах динамічного ринкового середовища та цифрової трансформації бізнесу. Вона орієнтована на формування професійних знань і навичок у сфері маркетингової діяльності, аналізу ринку, поведінки споживачів і використання сучасних інструментів маркетингу. Особлива увага приділяється розвитку аналітичного мислення, креативності, комунікабельності, умінню працювати в команді та готовності до професійного саморозвитку відповідно до потреб ринку праці.

Орієнтація освітньо-професійної програми. Освітньо-професійна програма орієнтована на сучасні науково-прикладні досягнення у сфері маркетингової діяльності, управління ринковими процесами та бізнес-комунікацій. Вона ґрунтується на принципах клієнтоорієнтованості, аналітичного підходу до прийняття маркетингових рішень, цифрової трансформації маркетингу та використання сучасних інструментів інтернет-маркетингу і комунікацій. Програма враховує вимоги стандарту фахової передвищої освіти, тенденції розвитку бізнесу, електронної комерції, брендингу, реклами та соціальних мереж, а також потреби регіонального й національного ринку праці.

Основний фокус освітньо-професійної програми. Фокус програми спрямований на підготовку фахівців, здатних ефективно виконувати професійні завдання у сфері маркетингової діяльності. Особлива увага приділяється формуванню компетентностей у сфері маркетингових досліджень, аналізу ринку та поведінки споживачів, планування і реалізації маркетингових заходів, брендингу, реклами та цифрового маркетингу. Програма формує вміння застосовувати сучасні маркетингові інструменти і цифрові технології, оцінювати результативність маркетингових рішень, адаптувати маркетингову діяльність до змін ринкового середовища, приймати обґрунтовані управлінські рішення та впроваджувати інноваційні підходи з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Особливості програми. Освітньо-професійна програма поєднує теоретичну, практичну та аналітичну підготовку здобувачів на засадах сучасних підходів до організації маркетингової діяльності, практико-орієнтовану систему заходів, спрямованих на навчальні досягнення із використанням сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій. Освітній процес вибудовано у логічній послідовності освітніх компонентів із посиленою практичною складовою та залученням до освітнього процесу фахівців-практиків, підприємців і представників підприємств-партнерів.

Обов'язковою складовою програми є навчальна та технологічна практики, що проходять на базі провідних підприємств різних форм власності, що забезпечує формування реальних професійних навичок і готовності до практичної діяльності.

№	Напрямок	Заходи	Терміни (роки)	Відповідальні
1	Застосування ефективних механізмів моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійної програми	Щороку збираються думки внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів щодо змісту освітньо-професійної програми, що дає змогу визначити її позитивні та проблемні сторони і визначити напрями для її покращення та оновлення.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу, голова робочої групи ОПП, стейкхолдери
		Опитування здобувачів освіти щодо задоволеності змістом ОПП та організацією освітнього процесу.	2025–2030	Адміністрація коледжу, голова та члени робочої групи ОПП, класні керівники, практичний психолог
		Зміст ОПП регулярно актуалізується відповідно до інновацій у сфері маркетингу, сучасних бізнес-технологій, вимог стандарту і потреб ринку праці.	2025–2030	Робоча група ОПП, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Актуалізація та забезпечення здобувачам освіти можливості бачити значущість їхньої участі й впливу під час перегляду змісту ОПП, із представленням результатів цього впливу.	2025–2030	Робоча група ОПП, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
2	Впровадження концепції студентоцентрованого навчання	Впровадження концепції студентоцентрованого навчання спрямоване на активне залучення здобувачів освіти до освітнього процесу, розвиток їхньої самостійності, критичного мислення та практичних компетентностей.	2025–2030	Адміністрація коледжу, практичний психолог

		Реалізація концепції здійснюється через впровадження академічної мобільності на основі укладених угод, актуалізацію партнерської роботи в рамках обміну досвідом та організацію самостійної роботи здобувачів освіти згідно з програмами освітніх компонентів.	2025–2030	Педагогічний колектив, навчально-методичний кабінет
		Особлива увага приділяється створенню інклюзивного освітнього середовища для професійного навчання та соціалізації здобувачів освіти з особливими потребами, а також регулярному анонсуванню заходів, присвячених безбар'єрності.	2025–2030	Робоча група ОПП, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Уведення до каталогу вибіркових освітніх компонентів нових ОК у контексті розвитку ринку та впровадження інноваційних технологій, а саме: «Комп'ютерна графіка у рекламній діяльності», «Екомаркетинг», «Мерчандайзинг», «Новітній маркетинг».	2025–2030	Робоча група ОПП, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Концепція передбачає продуману організацію діяльності психологічної служби коледжу для збереження психологічного (ментального) та психічного здоров'я учасників освітнього процесу, створення умов для самореалізації особистості відповідно до її здібностей, потреб та інтересів.	2025–2030	Адміністрація коледжу, практичний психолог

		Створення умов для неформальної і формальної освіти.	2025–2030	Адміністрація коледжу, голова та члени робочої групи ОПП, класні керівники
		Створення умов для самореалізації особистості відповідно до її здібностей, потреб, запитів суспільних та власних інтересів. Проведення опитування (анкетування) здобувачів освіти.	2025–2030	Заступник директора з виховної роботи, практичний психолог, класний керівник
		Залучення молоді до участі у державотворенні, розвитку суспільних відносин та громадських ініціативах.	2025–2030	Заступник директора з виховної роботи, практичний психолог, класний керівник
3	Формування якісного контингенту здобувачів	Інформування вступників про можливості навчання, створення промоматеріалів ОПП.	2025–2030	Секретар приймальної комісії
		Проведення профорієнтаційних заходів у закладах середньої освіти, закладах профтехосвіти.	2025–2030	Секретар приймальної комісії, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Пошук нових форм і методів вдосконалення профорієнтаційної роботи із залученням випускників коледжу, учнівської молоді та обласного центру зайнятості.	2025–2030	Асоціація випускників, адміністрація коледжу, приймальна комісія

4	Удосконалення та підвищення ефективності процедур оцінювання здобувачів та їх атестації	Оновлення критеріїв оцінювання, відповідність ЄКТС та стандартам освіти.	2025–2030	ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу, педагогічний колектив
		Залучення роботодавців до оцінювання практичних результатів здобувачів освіти.	2025–2030	Адміністрація коледжу
		Забезпечення присутності представників стейкхолдерів-роботодавців у складі екзаменаційних комісій, узагальнення та аналіз результатів атестації здобувачів освіти.	2025–2030	Адміністрація коледжу
		Забезпечення інформаційного та методичного супроводу провадження академічної доброчесності в освітньому процесі із неухильним дотриманням високого рівня етичності як ознаки стабільної навчальної культури шляхом використання практик етичної роботи з джерелами та антиплагіат-сервісами.	2025–2030	Методичний кабінет Члени робочих груп, Голова та члени ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
5	Практична підготовка. Підтримка кар'єри та працевлаштування випускників	Забезпечувати високий рівень практичної підготовки, оновлювати та впроваджувати в освітній процес наскрізних програм практик.	2025–2030	Завідувач навчально-виробничої практики
		Організація тренінгів із побудови кар'єри та розвитку професійних навичок.	2025–2030	Завідувач навчально-виробничої практики , члени ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу

		Розширення напрямів співпраці, укладання нових угод.	2025–2030	Адміністрація коледжу
		Проведення на базі коледжу маркетингових форумів та професійних зустрічей за участю успішних підприємців і маркетологів, випускників коледжу, представників бізнесу, рекламних і маркетингових агенцій, а також науковців і практиків у сфері маркетингу, брендингу, цифрових комунікацій та інтернет-маркетингу.	2025–2030	Адміністрація коледжу, члени ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Здійснення підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу відповідно до освітньо-професійної програми, Державних стандартів, з урахуванням регіонального замовлення та договірних зобов'язань, а також у відповідності з місією коледжу.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Проведення моніторингу ситуації на ринку праці шляхом дієвої співпраці з Тернопільським обласним центром зайнятості.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Анкетування випускників щодо їх адаптації до професійної діяльності.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу

		Залучення фахівців-практиків у сфері маркетингу (маркетологів, SMM-фахівців, бренд-менеджерів, спеціалістів з реклами та інтернет-маркетингу) до проведення навчальних занять, тренінгів і майстер-класів, у тому числі безпосередньо на базі підприємств та маркетингових агенцій, що дає змогу здобувачам освіти набутти практичних навичок, ознайомитися з реальними маркетинговими процесами та сформувати професійні компетентності відповідно до вимог ринку праці.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Визначення векторів ефективної співпраці стейкхолдерів та освітнього сектору для розвитку кар'єрних можливостей молоді із залученням практичного живого досвіду.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Створення умов для організації дуальної освіти шляхом укладення трьохсторонніх угод. Актуалізація при реалізації ОПП реальних проєктів або мікростажувань.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
6	Діяльність у сфері міжнародного співробітництва	Участь здобувачів освіти у міжнародних фахових конкурсах, обмінах, тренінгах.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі і маркетингу
		Розширення кола міжнародних партнерів та стейкхолдерів.	2025–2030	Адміністрація коледжу, ЦК підприємництва, торгівлі та маркетингу

		Розширення професійної траєкторії викладацького складу коледжу через участь у Міжнародних, Всеукраїнських, регіональних програмах шляхом менторства, тьюторства і тренерства у галузі підприємництва та торгівлі, а також у сфері фінансової грамотності.	2025–2030	Адміністрація коледжу, педагогічний колектив
		Участь учасників освітнього процесу у міжнародних проєктах з метою спілкування з носіями мови та вивчення досвіду у розвитку галузей. Розвиток іншомовної компетентності здобувачів освіти.	2025–2030	Адміністрація коледжу, педагогічний колектив
7	Розвиток матеріально-технічної бази	Оновлення матеріально-технічної бази кабінету «Маркетингу», лабораторій комп'ютерної техніки та інформаційних технологій.	2025–2030	Адміністрація коледжу
		Створення навчально-практичного середовища з маркетингу для відпрацювання реальних маркетингових процесів, що дозволяє здобувачам освіти набувати практичних навичок аналізу ринку, дослідження поведінки споживачів, планування та реалізації маркетингових заходів, використання цифрових інструментів просування, а також ефективної комунікації з клієнтами у сучасному бізнес-середовищі.	2025–2030	Адміністрація коледжу
		Послідовна та дієва фінансова взаємодія із профільними підприємствами з метою модернізації матеріально-технічної бази коледжу.	2025–2030	Адміністрація коледжу

