

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

**«МАРКЕТИНГ» /
«MARKETING»**

**Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг**

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр

спеціальність D5 Маркетинг

освітня програма Маркетинг

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою ВТЕІ ДТЕУ

(протокол № 01 від 26.01.2026)

Освітня програма

вводиться в дію з 01.09.2026

Директор ВТЕІ ДТЕУ



Наталія ЗАМКОВА

(наказ № 17 від 26.01.2026)

Вінниця 2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

Погоджено

Заступник директора
з навчально-методичної роботи

13.01. 2026


(підпис)

Лілія МАРТИНОВА
(власне ім'я, прізвище)

Погоджено

Начальник навчально-
методичного відділу ВТЕІ ДТЕУ

13.01. 2026


(підпис)

Тетяна ШЕВЧУК
(власне ім'я, прізвище)

Погоджено

Декан факультету торгівлі,
маркетингу та сфери обслуговування


(підпис)
Юрій ДОВГАНЬ
(власне ім'я, прізвище)
13.01. 2026

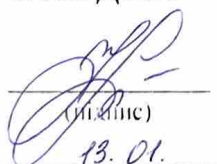
Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу
та реклами


(підпис)
Ірина ПОЛІЩУК
(власне ім'я, прізвище)
13.01. 2026

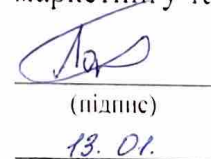
Погоджено

Гарант освітньої програми
ВТЕІ ДТЕУ


(підпис)
Ірина ПОЛІЩУК
(власне ім'я, прізвище)
13.01. 2026

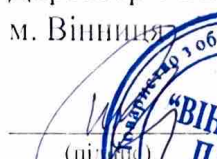
Погоджено

Голова РСС факультету торгівлі,
маркетингу та сфери обслуговування


(підпис)
Вікторія ЛОПАТІОК
(власне ім'я, прізвище)
13.01. 2026

Погоджено

Директор ТОВ «Вінглобал Плюс»,
м. Вінниця


(підпис)
Олександр ШЕВЧУК
(власне ім'я, прізвище)
13.01.2026


Погоджено

Директор ТОВ «Етрон»,
м. Вінниця


(підпис)
Олександр ШЕВЧУК
(власне ім'я, прізвище)
13.01.2026


ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Поліщук Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «магістр» ОП «Маркетинг».
2. Громова Ольга – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Маркетинг».
3. Танасійчук Альона – д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу та реклами, гарант ОС «бакалавр» ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю».
4. Довгань Юрій – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та реклами, декан факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування ВТЕІ ДТЕУ, гарант ОС «бакалавр» ОП «Логістика».
5. Шевчук Анна – директор ТОВ «Етрон», м. Вінниця
6. Шевчук Олександр – директор ТОВ «Вінглобал Плюс», м. Вінниця
7. Олійник Марина – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «магістр», 2023 р.
8. Мельник Юлія – випускниця ВТЕІ КНТЕУ ОС «магістр», 2021 р.
9. Ковальчук Дар'я – випускниця ВТЕІ ДТЕУ ОС «магістр», 2025 р.
10. Бовсун Марина – здобувач вищої освіти ОС «магістр», вступ 2025 р.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Лилик Ірина – канд. екон. наук, доцент, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Президент Української Асоціації маркетингу, м. Київ.
2. Станкевич Ірина – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва і архітектури, м. Одеса.

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності
D5 «Маркетинг» (за освітньою програмою «Маркетинг»)**

1 - Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет Вінницький торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу та реклами
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Тип диплому	Диплом магістра, одиничний
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – магістр Спеціальність – D5 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
Мова(и) викладання	Українська
Обсяг ОП і вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за ОП	Обсяг – 90 кредитів ЄКТС Освітні ступені вищої освіти «бакалавр», «магістр», освітньо-кваліфікаційний рівень «спеціаліст»
Форми здобуття освіти та терміни виконання ОП	Без обмежень Термін – 1 рік 4 місяці
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://m.vtei.edu.ua/course/view.php?id=730
2 - Мета освітньої програми	
Забезпечення підготовки висококваліфікованих фахівців в сфері маркетингу, здатних розв'язувати складні задачі та вирішувати практичні проблеми у професійній діяльності та у процесі навчання із застосуванням креативного мислення, проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах та за допомогою технологій діджитал-комунікацій, враховуючи умови невизначеності та сучасні виклики маркетингового середовища.	

3 - Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців в сфері маркетингу, які спроможні використовувати отримані знання, вміння та навички щодо формування та реалізації комплексної маркетингової стратегії розвитку підприємств та організацій на основі управлінського забезпечення функцій маркетингу, управління маркетинговою діяльністю на інноваційних засадах, використовуючи технології діджитал-комунікацій, в тому числі в умовах невизначеності
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Вища спеціальна освіта за спеціальністю D5 «Маркетинг» Ключові слова: стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, бренд-менеджмент, діджитал-комунікації, управління лояльністю споживачів, маркетинговий аналіз, рекламний менеджмент, PR-менеджмент, самомаркетинг, професійна комунікація іноземною мовою, методологія і організація наукових досліджень
Особливості програми	Програма спрямована на якісну підготовку сучасних маркетологів, компетентних для вирішення складних задач і проблем в сфері маркетингу під час здійснення професійної діяльності та у процесі навчання, що передбачають проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах та за допомогою технологій діджитал-комунікацій. Адже програмні результати навчання ґрунтуються на сучасних освітніх компонентах циклу загальної та професійної підготовки, зміст яких відповідає тенденціям розвитку ринків праці, а також задовольняє потреби стейкхолдерів.

4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники-магістри спеціальності D5 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені затвердженими Професійними стандартами за Класифікатором професій ДК 003:2010, зокрема: 1475 – менеджер (управитель) з маркетингу 1475.4 – менеджер (управитель) з питань комерційної діяльності та управління 1476.1 – менеджер (управитель) з реклами 1233 – керівники підрозділів маркетингу 1234 – керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 2419 – професіонали у сфері маркетингу: 2419.2 – консультант з маркетингу 2419.2 – економіст із збуту 2419.2 – рекламист (наявний професійний стандарт) 2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) (наявний професійний стандарт) 2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку (наявний професійний стандарт). Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.
Подальше навчання / Академічні права випускників	Навчання для здобуття третього рівня вищої освіти – НРК України 8 рівень, EQF-LLL – 8 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, проходження практики, студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, що розвивають практичні навички, уміння та формують креативне мислення, підготовка до захисту кваліфікаційної роботи. Застосування сучасних інформаційних технологій (самостійна робота з інформаційними джерелами, консультації викладачів, використання системи управління навчанням MOODLE).
Оцінювання	Поточне опитування, презентація науково-дослідної роботи, есе, тестові завдання, міні-групи, підготовка проєктів, проходження виробничої (переддипломної) практики, індивідуальне завдання. Підсумковий контроль – екзамен / залік. Атестація – захист кваліфікаційної роботи.
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7 - Програмні результати навчання	
	Р 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового

	суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Р 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Р 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Р 15.Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Освітній процес забезпечується науково-педагогічними працівниками відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Робоча група: науково-педагогічні працівники, здобувачі вищої освіти, випускники, стейкхолдери. Науково-педагогічний склад, залучений до реалізації освітньої складової освітньої програми є працівниками ВТЕІ ДТЕУ, мають вчене звання та/або науковий ступінь, проходять підвищення кваліфікації один раз на п'ять років, в т.ч. закордонні. Фахову підготовку здійснює кафедра маркетингу та реклами, науково-педагогічний склад якої складається з достатньої кількості докторів економічних наук, професорів, кандидатів економічних наук та доцентів. До викладання освітніх компонент залучаються особи, що мають значний досвід практичної роботи.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Навчальні приміщення, лабораторії, комп'ютерні та спеціалізовані аудиторії, доступ до системи дистанційного навчання, Microsoft Office 365, дозволяють повністю забезпечити освітній процес протягом усього навчання за освітньою програмою. Аудиторії обладнані мультимедійним обладнанням, відповідають санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки. Навчальні корпуси обладнані пандусами (стаціонарними / мобільними), дотримані безпекові норми (наявні тимчасові укриття). Освітній процес забезпечено роботою Центрів інституту (Центр розвитку кар'єри, Центр моніторингу якості освітнього процесу та інноваційного розвитку, Центр грантових проектів, Ресурсний центр зі сталого розвитку).

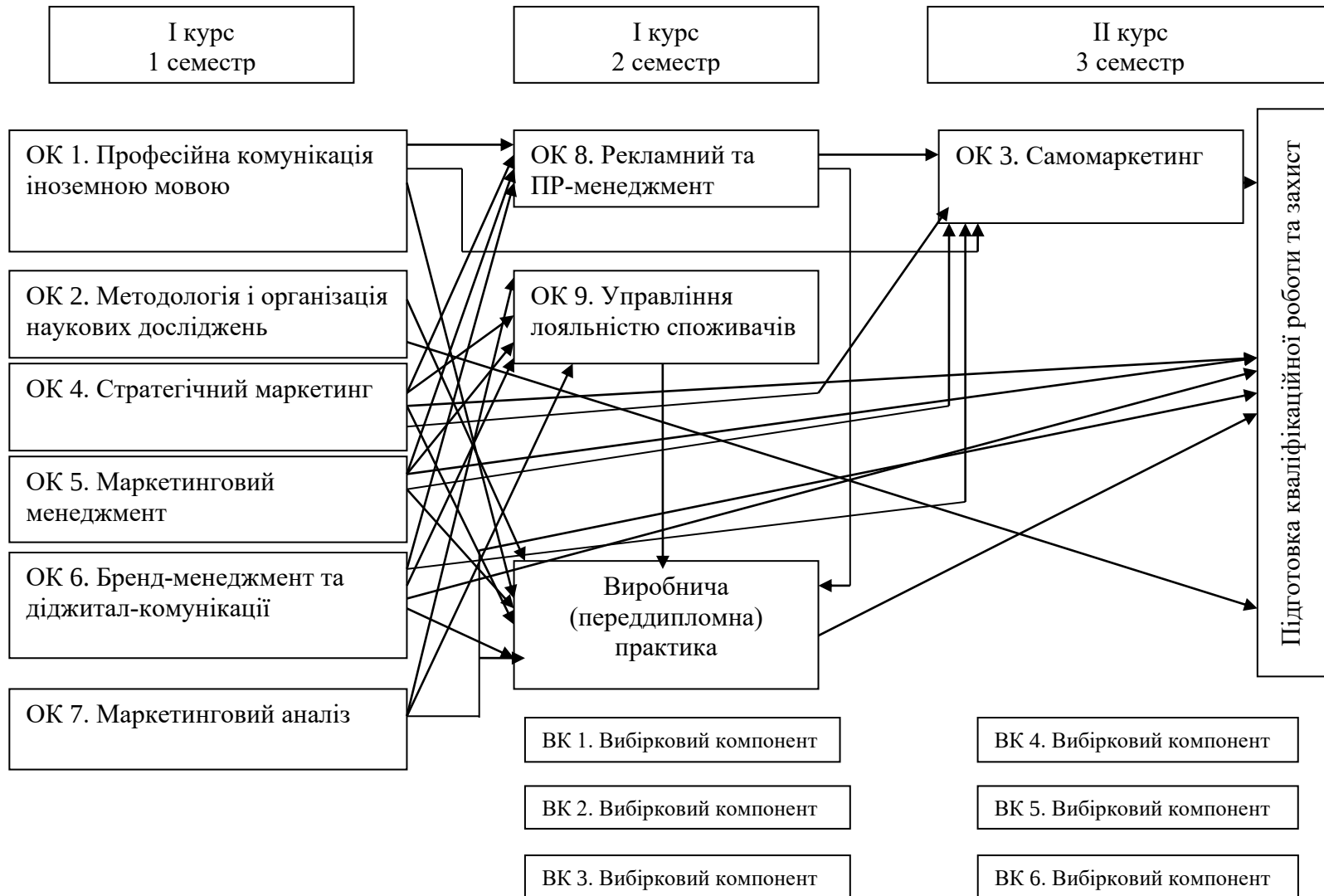
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання Системи управління навчанням MOODLE ВТЕІ ДТЕУ та авторських розробок науково-педагогічних працівників Офіційний веб-сайт http://www.vtei.com.ua/index.php/ua/ Системи управління навчанням MOODLE https://m.vtei.edu.ua/ (матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми). Всі ресурси бібліотеки доступні за посиланням http://lib.vtei.edu.ua/ Читальні зали забезпечені вільним доступом до мережі Інтернет
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод ВТЕІ ДТЕУ із закладами вищої освіти в межах України
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачена в рамках договорів про співпрацю: – Політехніка Свентокшиська, м. Кельце, Польща, № 50 від 26.06.2023. – Навчальний центр AI Rimini, м. Ріміні, Італія, № 52 від 28.07.2023. – Університет «Александру Іоан Куза», м. Яси, Румунія, № 47 від 22.05.2023. – Університет Яна Кохановського, м. Кельце, Польща, № 28 від 19.10.2022 – Тбіліський державний університет імені Іване Джавахішвили, м. Тбілісі, Грузія, № 181 від 27.12.2018. – Folkuniversitetet Kursverksamheten vid Uppsala Universitet, м. Уппсала, Швеція, № 9/1 від 27.03.2018.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	–

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код ОК	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, індивідуальні завдання, практики, атестаційний екзамен, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1.	Професійна комунікація іноземною мовою / Professional Communication in Foreign Language	4	Екзамен
ОК 2.	Методологія і організація наукових досліджень / Methodology and Organisation of Scientific Research	4	Екзамен
Всього:		8	
Цикл професійної підготовки			
ОК 3.	Самомаркетинг / Self-Marketing	6	Екзамен
ОК 4.	Стратегічний маркетинг / Strategic Marketing	6	Екзамен
ОК 5.	Маркетинговий менеджмент / Marketing Management	6	Екзамен
ОК 6.	Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації / Brand Management and Digital communications	4	Екзамен
ОК 7.	Маркетинговий аналіз / Marketing Analysis	6	Екзамен
ОК 8.	Рекламний та ПР-менеджмент / Advertising and PR Management	6	Екзамен
ОК 9.	Управління лояльністю споживачів / Consumer Loyalty Management	6	Екзамен
Всього:		40	
Практична підготовка			
Виробнича (переддипломна) практика / Pre-diploma Practical Training		6	Залік
Всього:		6	
Атестація			
Підготовка кваліфікаційної роботи та захист / Writing and Defence of graduation Paper		12	Захист
Всього:		12	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		66	
Вибіркові компоненти ОП			
Цикл загальної підготовки			
—		—	
Цикл професійної підготовки			
ВК 1.	Вибірковий компонент	4	Екзамен
ВК 2.	Вибірковий компонент	4	Екзамен
ВК 3.	Вибірковий компонент	4	Екзамен
ВК 4.	Вибірковий компонент	4	Екзамен
ВК 5.	Вибірковий компонент	4	Екзамен
ВК 6.	Вибірковий компонент	4	Екзамен
Загальний обсяг вибіркових компонентів:		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3 . Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі підготовки кваліфікаційної роботи та її захисту та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти магістр спеціальність D5 «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг».

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Кваліфікаційна робота оприлюднюється у репозитарії ВТЕІ ДТЕУ. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3.	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	ОК 9.	Виробнича (переддипломна) практика	Кваліфікаційна робота
Інтегральна компетентність	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 1		+			+	+	+		+		+
ЗК 2				+		+		+	+		+
ЗК 3					+		+				+
ЗК 4	+		+	+	+					+	
ЗК 5	+		+		+	+		+		+	
ЗК 6	+	+		+	+		+		+		+
ЗК 7			+		+	+			+		
ЗК 8				+	+			+	+		+
СК 1				+		+	+		+		+
СК 2			+	+		+			+	+	+
СК 3		+			+	+	+	+		+	+
СК 4		+	+	+		+		+	+		+
СК 5				+	+		+	+			+
СК 6			+		+	+		+			+
СК 7			+	+		+	+	+			+
СК 8					+	+	+	+	+	+	+
СК 9				+		+	+	+	+	+	+

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК 1.	ОК 2.	ОК 3	ОК 4.	ОК 5.	ОК 6.	ОК 7.	ОК 8.	ОК 9.	Виробнича (переддипломна) практика	Кваліфікаційна робота
Р 1					+	+	+		+	+	+
Р 2			+	+	+	+			+	+	+
Р 3		+				+	+	+	+	+	+
Р 4				+	+			+			+
Р 5	+	+	+	+		+					+
Р 6				+		+		+			+
Р 7				+	+				+		+
Р 8	+		+	+	+			+			+
Р 9			+		+	+	+	+			+
Р 10			+		+	+	+			+	+
Р 11				+	+		+				+
Р 12				+	+		+	+	+		+
Р 13				+	+			+			+
Р 14	+			+		+		+	+		+
Р 15	+	+					+	+	+	+	+

Аркуш реєстрації змін

[illegible]

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»,
розроблену робочою групою кафедри маркетингу та реклами
Вінницького торговельно-економічного інституту
Державного торговельно-економічного університету

Стрімкі зміни у бізнес-середовищі, цифровізація економіки та зростання ролі даних у прийнятті управлінських рішень суттєво підвищують вимоги до професійної підготовки маркетологів. Сучасний фахівець з маркетингу повинен не лише володіти класичним інструментарієм маркетингу, а й мати розвинене аналітичне мислення, дослідницькі навички, здатність працювати в умовах невизначеності, швидко адаптуватися до інновацій та використовувати цифрові технології, зокрема інструменти штучного інтелекту.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг», розроблена кафедрою маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ, демонструє комплексний та сучасний підхід до підготовки фахівців. Програма логічно поєднує теоретичну, практичну та дослідницьку складові, що забезпечує формування у здобувачів вищої освіти системного бачення маркетингової діяльності та готовності до професійної самореалізації.

Вагомою перевагою рецензованої програми є її прикладна спрямованість та орієнтація на досягнення програмних результатів навчання відповідно до Стандарту вищої освіти. Освітні компоненти програми забезпечують формування інтегральної, загальних і спеціальних (фахових) компетентностей, необхідних для розв'язання складних професійних завдань у сфері маркетингу, управління брендами, комунікаціями та взаємовідносинами зі споживачами. Враховують наявні професійні стандарти.

Позитивно слід відзначити оновлену структуру освітньо-професійної програми, яка включає сучасні, професійно орієнтовані дисципліни з акцентом на діджиталізацію та інноваційність, зокрема «Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації», «Рекламний та PR-менеджмент», «Управління лояльністю споживачів», «Маркетинговий менеджмент», «Стратегічний маркетинг», «Самомаркетинг». Їх зміст відповідає актуальним тенденціям розвитку ринку праці та потребам роботодавців.

Суттєво підсилює науково-дослідницьку складову програми включення освітнього компоненту «Методологія і організація наукових досліджень». Його вивчення забезпечує формування у здобувачів вищої освіти методологічної культури, навичок планування та проведення наукових і прикладних маркетингових досліджень, обробки та інтерпретації даних, дотримання принципів академічної доброчесності. Це створює належні

умови для якісного виконання кваліфікаційних робіт та впровадження результатів досліджень у практичну діяльність.

Важливим є те, що під час доопрацювання освітньо-професійної програми всі рекомендації, надані в процесі попереднього обговорення з робочою групою, були враховані, що свідчить про відкритість програми до вдосконалення та орієнтацію на потреби основних стейкхолдерів.

У цілому, освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», розроблена у Вінницькому торговельно-економічному інституті Державного торговельно-економічного університету, відповідає сучасним вимогам вищої освіти, забезпечує досягнення програмних результатів навчання та може бути рекомендована до реалізації, оскільки повною мірою відповідає запитам ринку праці та роботодавців.

**Президент
Української Асоціації маркетингу,
канд. екон. наук, доцент,
Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана, м. Київ**



Ірина ЛИЛИК

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю
D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»,
розроблену у Вінницькому торговельно-економічному інституті
Державного торговельно-економічного університету

Функціонування сучасного бізнес-середовища, яке характеризується високою динамічністю та жорсткою конкуренцією, зумовлює зростаючу потребу у висококваліфікованих і вмотивованих фахівцях з маркетингу. У цьому контексті особливої актуальності набуває розробка та впровадження освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг», створеної у Вінницькому торговельно-економічному інституті ДТЕУ.

Освітньо-професійна програма забезпечує здобувачам вищої освіти можливість опанування сучасних і практично орієнтованих освітніх компонентів, спрямованих на формування професійних знань та компетентностей у сферах стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, бренд-менеджменту та діджитал-комунікацій, рекламного та PR-менеджменту, управління лояльністю споживачів, самомаркетингу, а також професійної комунікації іноземною мовою та методології і організації наукових досліджень

Аналіз змісту освітньо-професійної програми «Маркетинг» свідчить про її логічну структурованість та повноту. Програма містить усі необхідні складові, зокрема загальні положення, профіль програми, перелік освітніх компонентів, форми атестації здобувачів вищої освіти, матриці відповідності програмних компетентностей та результатів навчання освітнім компонентам. Це створює належні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів та набуття ними комплексу професійних навичок, необхідних сучасному маркетологу.

Відмінною рисою освітньо-професійної програми є її спрямованість на підготовку фахівців, здатних ефективно розв'язувати складні завдання та проблеми у сфері маркетингу як у професійній діяльності, так і в процесі навчання. Програма передбачає проведення маркетингових досліджень на інноваційних засадах із використанням цифрових та діджитал-комунікацій. Програмні результати навчання сформовані з урахуванням сучасних тенденцій розвитку ринку праці та потреб основних стейкхолдерів.

Інтегральна компетентність, закладена в освітньо-професійній програмі, є обґрунтованою та стратегічно важливою, оскільки відображає здатність здобувачів вищої освіти розв'язувати складні та нестандартні задачі у сфері маркетингу в умовах невизначеності, здійснювати дослідницьку та інноваційну діяльність.

Доцільним та обґрунтованим є включення до освітньо-професійної програми освітнього компонента «Методологія і організація наукових досліджень», який відіграє ключову роль у підготовці здобувачів другого

(магістерського) рівня вищої освіти. Вивчення освітнього компонента забезпечує формування у здобувачів системного розуміння методологічних основ наукового пізнання, принципів організації та проведення наукових досліджень, а також навичок застосування сучасних методів збору, аналізу й інтерпретації маркетингової інформації. Підсилює наукову складову освітньо-професійної програми «Маркетинг», забезпечує досягнення програмних результатів навчання та підвищує якість підготовки магістрів маркетингу відповідно до сучасних вимог освітнього і професійного середовища.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» відповідає чинним вимогам та може бути рекомендована до впровадження в освітній процес.

Доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри менеджменту і маркетингу
Одеської державної академії
будівництва і архітектури, м. Одеса

Ірина СТАНКЕВИЧ

