

**ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ПРИВАТНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ
«СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ РАУФА АБЛЯЗОВА»**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНИЙ ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

(назва освітньої програми)

фахової передвищої освіти

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 Маркетинг

ОСВІТНЯ
КВАЛІФІКАЦІЯ

фаховий молодший бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Східноєвропейського університету
імені Рауфа Аблязова

Протокол від «11» квітня 2024 р. № 02-24

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з
«12» квітня 2024 р.

Ректор Східноєвропейського університету імені
Рауфа Аблязова _____ Ія ЧУДАЄВА



Черкаси – 2024 р.

ПЕРЕДМОВА

ОПП розроблено на основі стандарту фахової передвищої освіти затвердженого наказом Міністерством освіти науки країни від 07.07.2021 р. № 781 «Про внесення змін до деяких наказів МОН України» зміни внесені до наказу «Про затвердження стандарту фахової передвищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр» від 22.06.2021 р. № 703.

РОЗРОБЛЕНО

Робочою групою у складі:

Гарант	Сиволап Юлія Юріївна спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії;
Розробники	Савченко Сергій Олегович – доктор економічних наук, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії; Сукач Олена Миколаївна – кандидат економічних наук, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії;

**1 ОПИС ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ГАЛУЗІ ЗНАНЬ 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

1.1 Загальна характеристика	
Повна назва навчального закладу та структурного підрозділу	Фаховий коледж Приватного закладу вищої освіти «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Освітня кваліфікація	Фаховий молодший бакалавр з маркетингу
Професійна кваліфікація	-
Кваліфікація в дипломі	Освітньо-професійний ступінь – Фаховий молодший бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Рівень кваліфікації згідно з Національною рамкою кваліфікації	Освітньо-професійний ступінь фахового молодшого бакалавра відповідає 5 рівню Національної рамки кваліфікації НРК України – 5 рівень, FQ-EHEA – короткий цикл, EQF-LLL – 5 рівень
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття ступеня фахового	Обсяг освітньої програми на базі повної загальної середньої освіти становить 120 кредитів ЄКТС, термін навчання – 1 рік та 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифіката про акредитацію освітньої програми «Маркетинг» № ПС 002763, строк дії до 01.07.2025р.
Термін дії освітньо-професійної програми	5 років
Вимоги до осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Рівень освіти: - базова середня освіта (з одночасним виконанням освітньої програми профільної середньої освіти, тривалість здобуття якої становить два роки); - повна загальна середня освіта (профільна середня освіта); - професійна (професійно-технічної) освіта.; - фахова передвища освіта; - вища освіта. Решта вимог визначаються правилами прийому на освітньо-професійну програму молодшого бакалавра.
Мова(и) викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://suem.edu.ua/koledzh/osvitni-programi

1.2 Мета освітньої програми	
<p>Забезпечити підготовку кваліфікованих фахівців у галузі маркетингу та цифрових технологій із набуттям компетентностей, спрямованих на здатність реалізовувати принципи маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; використовувати сучасний цифровий інструментарій в діяльності підприємств; використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності у цифровому середовищі; аналізувати поведінку суб'єктів господарювання та визначати особливості функціонування інтернет-ринків; планування і провадження маркетингової діяльності за галузями економіки тощо..</p>	
1.3 Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область	<p>Об'єкт вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма для фахових молодших бакалаврів спрямована на практичну професійну діяльність фахівців в галузі маркетингу. Орієнтована на здобуття професійних компетентностей, містить практичний компонент, який спирається на новітні дослідження та провідний професійний досвід галузі.</p> <p>Спеціальна та професійна підготовка в галузі Управління та адміністрування, акцент на здатність виконувати професійні обов'язки в області маркетингу</p> <p>Програма орієнтується на базові теоретичні дослідження в галузі маркетингу, враховує специфіку маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p>
1.4 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Фахівець здатен виконувати зазначені професійні роботи за Національним класифікатором України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010:</p> <p>341 Фахівці в галузі фінансів та торгівлі</p> <p>3411 Дилери</p> <p>3411 Маклер біржовий</p> <p>3413 Торговець (власність)</p> <p>3415 Технічні та торговельні представники / Агент / Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер</p> <p>3419 Організатор з постачання</p> <p>3419.18 Організатор із збуту</p>

	<p>342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери</p> <p>3421 Брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів / Торговельний брокер (маклер)</p> <p>3429 Агент з комерційних послуг та торговельні брокери / Агент рекламний / Торговець (обслуговування бізнесу та реклами) / Представник з реклами</p> <p>Помічник керівника підприємств установ та організацій)</p> <p>Помічник керівника виробничих та інших основних підрозділів</p> <p>Помічник керівника малого підприємства без апарату управління</p> <p>3439 Інші фахівці в галузі управління / Організатор громадських заходів</p> <p>3439.80 Фахівець з інтерв'ювання.</p> <p>3471 Дизайнер-виконавець мультимедійних об'єктів</p>
Академічні права випускників	Продовження навчання за початковим (коротким циклом) або першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
1.5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване навчання, що здійснюється у формі лекцій, лабораторних та практичних занять, семінарів, консультацій з викладачами, самостійного (з елементами дистанційного) навчання для формування індивідуальної освітньої траєкторії за індивідуальними навчальними планами, завданнями, виконання курсових робіт, навчальні та виробничі практики.</p> <p>Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється з використанням електронних підручників та методичних вказівок. Пріоритетом є саморозвиток, групова робота, уміння презентувати результати навчання.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання здійснюється за рейтинговою 100-бальною шкалою (прохідні бали 60...100), національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»; «зараховано», «не зараховано») та Європейською кредитною трансферно- накопичувальною системою (ECTS – «A», «B», «C», «D», «E», «FX», «F»).</p> <p>Оцінюванню підлягають: письмові та усні екзамени, заліки, тестування, контрольні та індивідуальні роботи, звіти з практик та досліджень, презентації, відповідно до компетентнісних характеристик (знання, уміння/навички, комунікація, автономія і відповідальність) результатів навчання, досягнення яких контролюється.</p> <p>Підсумковий контроль – екзамени та заліки.</p>
1.6 Перелік компетентностей випускника	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів економічних наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях

Загальні компетентності	<p>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 і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>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.</p> <p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 6. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК 7. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 8. Здатність працювати в команді.</p>
Спеціальні компетентності	<p>СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК 5. Брати участь у розробленні маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.</p> <p>СК 6. Брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК 7. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми й інструменти маркетингу.</p> <p>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.</p> <p>СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень.</p> <p>СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу</p>
1.7 Зміст підготовки здобувачів фахової передвищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	
<p>РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН 2. Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.</p> <p>РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання</p>	

необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
 РН 6. Досліджувати поведінку ринкових суб'єктів у маркетинговому середовищі.
 РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.
 РН 8. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також спеціалізовані програмні продукти, необхідні для розв'язання завдань з маркетингу.
 РН 9. Застосовувати сучасні технології маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, адаптуватися до змін маркетингового середовища.
 РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища.
 РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.
 РН 12. Реалізовувати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
 РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети.
 РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.
 РН 15. Знати історію, наукові цінності й досягнення суспільства у маркетинговій діяльності.

1.8 Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Педагогічні працівники, які беруть участь у реалізації освітньої складової програми мають достатній педагогічний стаж та практичний досвід.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для фахової передвищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Приміщення коледжу відповідають будівельним та санітарним нормам. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів. Усі заняття забезпечуються засобами мультимедійної презентації, інструментами Excel, цифровими інструментами Google для освіти та мобільними додатками. Навчальні лабораторії оснащені програмними продуктами для проведення досліджень і розрахунків. Соціальна інфраструктура включає тренажерну залу, пункт харчування, 100% забезпечення гуртожитком
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	1) застосування інтерактивних технологій навчання, зокрема, мультимедійних, дистанційного навчання, відео конференцій, контролю знань в електронному режимі в системах дистанційного навчання «СУРА», «Moodle»; 2) електронна бібліотека навчально-методичних комплексів дисциплін: електронні конспекти лекцій, презентації курсів, банк електронних тестів, методичні вказівки до вивчення дисципліни та інші елементи; 3) використання навчальної, методичної та фахової періодичної літератури на паперових та електронних носіях

1.9 Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Можлива, індивідуальна, за бажанням здобувача освіти. Кредити, отримані в інших закладах освіти України, можуть бути зараховані відповідно до довідки про академічну мобільність, що регламентується «Положенням про порядок реалізації учасниками освітнього процесу ПЗВО «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова» права на академічну мобільність»
---	---

	(https://suem.edu.ua/sites/default/files/2021-02/polozhennya_proporyadok-realizacii-uchasnikami-osvitnogo-procesu-prava-na-akademichnu-mobilnist.pdf)
Міжнародна кредитна мобільність	-
Навчання іноземних здобувачів фахової передвищої вищої освіти (за явності)	-

2 ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ І ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ ЇХ ВИКОНАННЯ

2.1 Перелік освітніх компонентів ОПШ

Код о/к	Освітні компоненти ОПШ (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи,) практики, кваліфікаційна робота тощо)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові освітні компоненти ОПШ			
Обов'язкові освітні компоненти, що формують загальні компетентності			
ОК 1	Філософія	3	залік
ОК 2	Ділова англійська мова	9	іспит, залік
ОК 3	Права, свободи і обов'язки людини	3	залік
ОК 4	Історія української державності і культури	5	іспит
ОК 5	Фахова українська мова та основи ділової	4	іспит
ОК 6	Безпека життєдіяльності, охорона праці, екологія	4	залік
ОК 7	Мікроекономіка	5	іспит
ОК 8	Економіка підприємства	4	іспит
ОК 9	Інформатика	4	залік
	*Фізичне виховання	4	залік
	<i>Разом</i>	41	
Обов'язкові освітні компоненти, що формують спеціальні компетентності			
ОК 10	Графічний дизайн	4	залік
ОК 11	Поведінка споживачів	3	залік
ОК 12	Основи маркетингу	4	іспит
ОК13	Інтернет маркетинг	11	іспит, залік
ОК 14	Ринкові (маркетингові) дослідження	3	залік
ОК15	Діловодство	4	іспит
ОК16	Маркетинг послуг	6	іспит
ОК17	Маркетингова товарна політика	6	іспит
ОК18	Електронна комерція	4	залік
ОК19	Маркетинг	5	іспит
ОК20	Маркетинг, курсова робота	3	залік
	<i>Разом</i>	53	
Практична підготовка			
ОК21	Навчальна практика	6	залік
ОК22	Виробнича практика	6	залік
	<i>Разом</i>	12	
Атестація здобувачів фахової передвищої освіти			
ОК23	Кваліфікаційний іспит	2	іспит
	<i>Разом</i>	2	
Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів		108	

Вибіркові освітні компоненти навчального закладу			
ВК 1	Вибірковий освітній компонент	3	залік
ВК 2	Вибірковий освітній компонент	3	залік
ВК3	Вибірковий освітній компонент	3	залік
ВК 4	Вибірковий освітній компонент	3	залік
	<i>Разом</i>	12	
Загальний обсяг вибіркового освітніх компонентів		12	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП		120	

Примітка:

***Фізичне виховання – позакредитна дисципліна**

3 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»	Атестація зі спеціальності здійснюється у формі кваліфікаційного іспиту
Вимоги до кваліфікаційного іспиту	Атестація здобувачів фахової передвищої освіти ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі кваліфікаційного іспиту. Кваліфікаційний іспит спрямований на перевірку досягнень результатів навчання, визначених стандартом ОПП розроблено на основі стандарту фахової передвищої освіти затвердженого наказом Міністерством освіти і науки України від 07.07.2021 р. № 781 «Про внесення змін до деяких наказів МОН України» зміни внесені до наказу «Про затвердження стандарту фахової передвищої освіти зі спеціальності 75 Маркетинг освітньо- професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр» від 22.06.2021 р. № 703». Фаховий коледж СУРА на підставі рішення екзаменаційної комісії присуджує особі, яка продемонструвала відповідність результатів навчання вимогам ОПП «Маркетинг» освітньо-професійний ступінь фахового молодшого бакалавра та присвоює освітню кваліфікацію фаховий молодший бакалавр з маркетингу. Особі, яка успішно виконала відповідну ОПП, видають диплом фахового молодшого бакалавра. Кваліфікаційний іспит проводиться у тестовій формі.

2.2 Структурно-логічна схема освітньої програми

1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр
ОК2 Ділова англійська мова 3 кредити	ОК2 Ділова англійська мова 2 кредити	ОК2 Ділова англійська мова 2 кредити	ОК2 Ділова англійська мова 2 кредити
ОК 3 Права, свободи і обов'язки людини 3 кредити	ОК1 Філософія 3 кредити	ОК 13 Інтернет маркетинг 4 кредити	ОК 13 Інтернет маркетинг 4 кредити
ОК 6 Безпека життєдіяльності, охорона праці, екологія 4 кредити	ОК 4 Історія української державності і культури 5 кредити	ОК 15 Діловодство 4 кредити	ОК 17 Маркетингова товарна політика 6 кредитів
ОК 7 Мікроекономіка 5 кредитів	ОК 5 Фахова українська мова та основи ділової комунікації 4 кредити	ОК 16 Маркетинг послуг 5 кредитів	ОК 18 Електронна комерція 4 кредити
ОК 8 Економіка підприємства 4 кредити	ОК 12 Основи маркетингу 4 кредити	ОК 19 Маркетинг 5 кредитів	
ОК 9 Інформатика 4 кредити	ОК 13 Інтернет маркетинг 3 кредити	ОК 20 Маркетинг, курсова робота 3 кредити	
ОК 10 Графічний дизайн 4 кредити	ОК 14 Ринкові (маркетингові) дослідження 3 кредити	ВК 1 3 кредити	ВК 3 3 кредити
ОК 11 Поведінка споживачів 3 кредити	Практика – 6 кредитів	ВК 2 3 кредити	ВК 4 3 кредити
			Практика – 6 кредитів ОК 24 Кваліфікаційний іспит 2 кредити

4 ВИМОГИ ДО СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ

4.1 Механізм розробки, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм (ОПП) регулюється Положенням «Про порядок розробки, затвердження, моніторингу і періодичного перегляду освітніх програм в університеті» (<https://suem.edu.ua/sites/default/files/2023-06/polozhennya-pro-poryadok-opp.pdf>).

4.2 Фаховий коледж у межах ліцензованих спеціальностей розробляє освітньо-професійні програми та затверджує їх відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі Приватного закладу вищої освіти «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова». Основою для розроблення ОПП є стандарт фахової передвищої освіти за відповідною спеціальністю. ОПП розробляється з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

4.3 За відсутності затвердженого стандарту фахової передвищої освіти за відповідною спеціальністю програмні результати навчання мають відповідати вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня.

4.4 ОПП застосовується для визначення та оцінювання якості змісту та результатів освітньої діяльності Фахового коледжу.

4.5 Структура ОПП:

- 1) опис ОПП;
- 2) перелік освітніх компонентів та логічна послідовність їх виконання;
- 3) форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти;
- 4) вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти;
- 5) вимоги професійних стандартів;
- 6) матриця відповідності компетентностей випускника компонентам ОПП;
- 7) матриця відповідності результатів навчання освітнім компонентам ОПП;
- 8) матриця відповідності результатів навчання та компетентностей.

4.6 Алгоритм розробки ОПП:

I. Ініціювання відкриття ОПП, формування робочої групи з розробки ОПП, визначення її керівника. Робоча група з розробки ОПП повинна складатися з науково-педагогічних працівників, які працюють у закладі освіти за основним місцем роботи та мають кваліфікацію відповідно до спеціальності.

II. Обґрунтування доцільності запровадження ОПП (формується робочою групою), що передбачає:

- визначення суспільної потреби щодо розроблення та запровадження нової ОП;
- аналіз результатів обговорення актуальності, цілей та змісту освітньої програми зі стейкхолдерами;
- урахування тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого та регіонального контексту, досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних програм;
- аналіз ресурсів усередині/зовні закладу освіти, зокрема оцінку рівня забезпечення можливого освітнього процесу (відповідність кадрового потенціалу акредитаційним вимогам, наявність матеріально-технічного та інформаційного забезпечення освітнього процесу, баз практик, які планується залучати у процесі реалізації освітньої програми тощо);
- аналіз контингенту здобувачів фахової передвищої освіти за даною (або спорідненою) спеціальністю (в різних закладах освіти) за останні три роки та формування прогнозованих показників кількості абітурієнтів на найближчі три роки на ОПП, що відкривається;
- визначення позитивних очікувань від реалізації ОПП та маркетингової стратегії щодо забезпечення прогнозованих показників її ефективності.

III. Формування профілю ОПП:

- визначення основних дисциплін/предметних областей, що формують основу ОПП;

- визначення та опис потенційних галузей, де випускники зможуть знайти місце роботи;
- визначення внеску програми для розвитку особистого та громадянського рівня культури;
- визначення ключових програмних компетентностей, їх розподіл на загальні та спеціальні компетентності;
- формулювання програмних результатів навчання відповідно до ключових програмних компетентностей.

IV. Вирішення питання щодо модуляризації освітньої програми (присвоїти ЄКТС кредити кожній одиниці освітньої програми, за умови, що одному семестру відповідає 30 ЄКТС-кредитів, а звичайному навчальному року – 60 ЄКТС кредитів. 1 ЄКТС-кредит відповідає 30 годинам загального навчального навантаження студента).

V. Визначення підходів до викладання, навчання та оцінювання.

VI. Розробка системи оцінювання якості освітньої програми з метою її удосконалення.

VII. Перевірка збалансованості та реалістичності програми: перевірка, чи завершена програма збалансована, тобто чи прикладені зусилля вартують компетентностей, які мають бути досягнуті; перевірка, чи кредити присвоєні раціонально, чи студенти здатні завершити окремі дисципліни та всю освітню програму, вклавшись у визначений час.

4.7 Після обговорення проєкту опису ОПП, розгляду обґрунтування можливостей та доцільності її відкриття, а також опрацювання зауважень і пропозицій стейкхолдерів остаточний варіант опису ОПП розглядається і схвалюється на засіданні відповідної циклової комісії, навчально-методичної ради університету, погоджується з проректором з навчальної роботи СУРА, затверджується Педагогічною радою Фахового коледжу та Вченою радою СУРА. Позитивне рішення Вченої ради є підставою для введення ОПП в дію наказом директора Фахового коледжу.

4.8 За якість реалізації ОПП в межах певних спеціальностей несуть відповідальність гаранті і розробники освітньої програми, групи забезпечення спеціальності, циклові комісії.

4.9 Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм в процесі їх реалізації проводиться з метою визначення, чи є призначення кредитів, результати навчання та розраховане навчальне навантаження досяжними, реалістичними та адекватними, а також з метою удосконалення освітньої програми та її відповідності чинним нормативним актам.

4.10 Моніторинг ОПП здійснюється, як правило, гарантом освітньої програми спільно з цикловою комісією з відповідної спеціальності. До здійснення моніторингу можуть долучатися інші науково-педагогічні працівники, професіонали-практики, здобувачі освіти. Суттєвим елементом для перевірки та перегляду освітніх програм є зворотний зв'язок із зацікавленими сторонами.

4.11 Перегляд, оновлення або модернізація освітніх програм відбувається за результатами їхнього моніторингу. Моніторинговий аналіз передбачає зворотній зв'язок з педагогічними/науково-педагогічними працівниками, здобувачами освіти, випускниками, роботодавцями та врахування потреб галузі й суспільства. Таким чином здійснюється оновлення або модернізація освітніх програм. Прийняття або зміна стандарту освітньої діяльності є підставою для розроблення нової ОПП або перегляду діючої.

4.12 Перегляд, оновлення або модернізація освітніх програм відбувається також за результатами самоаналізу та за підсумками акредитації.

4.13 Фаховий коледж не пізніше ніж за місяць до затвердження ОПП або змін до неї оприлюднює на своєму офіційному вебсайті відповідний проєкт із метою отримання зауважень та пропозиції заінтересованих сторін.

4.14 Фаховий коледж оприлюднює на своєму офіційному вебсайті точну та достовірну інформацію про ОПП в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства.

4.15 Роботодавці та здобувачі освіти (безпосередньо та через органи студентського самоврядування) залучаються до процесу періодичного перегляду ОПП та інших процедур

забезпечення її якості як партнери. Позиція роботодавців та здобувачів освіти береться до уваги під час перегляду ОПП.

4.16 Основними завданнями моніторингового аналізу ОПП є:

- створення єдиної системи діагностики та оцінки якості ОПП;
- самооцінка ефективності ОПП щодо забезпечення якості освіти;
- розробка системи критеріїв і показників оцінювання якості ОПП та запровадження

єдиних підходів до її вимірювання.

4.17 Джерелами інформації моніторингового аналізу ОПП є:

- матеріали акредитації;
- матеріали зовнішнього контролю;
- результати педагогічного контролю;
- результати адміністративного контролю;
- звіти циклових комісій, відділень;
- аналітичні записки, відгуки стейкхолдерів та зовнішніх експертів, роботодавців, громадськості.

4.18 Відповідальні за розробку, виконання й моніторинговий аналіз ОПП: циклові комісії, завідувачі відділень, навчально-методичний кабінет, перший заступник – заступник директора з навчальної роботи, які досліджують рівень оновлення програм, рівень участі роботодавців, задоволеність здобувачів освіти (випускників), що сприяє постійному удосконаленню ОПП та забезпеченню якості освітньої діяльності за цією програмою.

5 ВИМОГИ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ

Повна назва Професійного стандарту, його реквізити та (або) посилання на документ	
Особливості Стандарту фахової передвищої освіти, пов'язані з наявністю певного Професійного стандарту	Професійного стандарту немає

МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння/навички	Комунікація	Відповідальність і автономія
	Компетентності	Зн 1. Всебічні спеціалізовані емпіричні та теоретичні знання у сфері навчання та/або професійної діяльності, усвідомлення меж цих знань	<p>Ум 1. Широкий спектр когнітивних та практичних умінь/навичок, необхідних для розв'язання складних задач у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання.</p> <p>Ум 1. Знаходження творчих рішень або відповідей на чітко визначені конкретні та абстрактні проблеми на основі ідентифікації та застосування даних.</p> <p>Ум 3. Планування, аналіз, контроль та оцінювання власної роботи та роботи інших осіб у спеціалізованому контексті</p>	<p>К 1. Взаємодія з колегами, керівниками та клієнтами у питаннях, що стосуються розуміння, навичок та діяльності у професійній сфері та/або у сфері навчання.</p> <p>К 2. Донесення до широкого кола осіб (колеги, керівники, клієнти) власного розуміння, знань, суджень, досвіду, зокрема у сфері професійної діяльності</p>
1	2	3	4	5
Загальні компетентності				
ЗК 1	Зн 1		К 2	ВА 3
ЗК 2	Зн 1	Ум 2		ВА 2
ЗК 3		Ум 1, Ум 3	К 1, К 2	ВА 1
ЗК 4	Зн 1		К 1, К 2	ВА 3
ЗК 5		Ум 2, Ум 3		ВА 2, ВА 3
ЗК 6		Ум 2, Ум 3	К 1, К 2	
ЗК 7		Ум 2		ВА 3
ЗК 8		Ум 3	К 1, К 2	

1	2	3	4	5
Спеціальні компетентності				
СК 1	Зн 1	Ум 2, Ум 3	К 1, К 2	
СК 2	Зн 1	Ум 1, Ум 2	К 2	БА 1
СК 3	Зн 1	Ум 1, Ум 3	К 1	
СК 4	Зн 1	Ум 2, Ум 3	К 2	
СК 5	Зн 1	Ум 1, Ум 3		БА 1
СК 6		Ум 1	К 1	
СК 7	Зн 1	Ум 1, Ум 3		БА 2, БА 3
СК 8	Зн 1	Ум 2	К 1	БА 1
СК 9		Ум 2	К 1, К 2	БА 1
СК 10	Зн 1	Ум 1, Ум 2	К 2	

Матриця відповідності визначених результатів навчання та компетентностей

Результати навчання	Компетентності																	
	Загальні компетентності								Спеціальні компетентності									
	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	СК 10
PH 1			+						+							+		
PH 2						+	+											+
PH 3			+							+								
PH 4			+								+	+			+		+	
PH 5					+									+			+	+
PH 6														+				
PH 7														+				
PH 8				+	+										+		+	
PH 9			+	+					+	+	+				+	+		
PH 10				+									+					
PH 11								+										
PH 12													+		+			+
PH 13								+					+					
PH 14								+			+	+		+				
PH 15	+	+							+			+						