

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ БІЗНЕСУ ТА ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

ФАХОВОГО ПЕРЕДВИЩОГО РІВНЯ ОСВІТИ

за спеціальністю 075 МАРКЕТИНГ

галузі знань 07 УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

Голова вченої ради _____ Микола ФРОЛОВ

(підпис)

(протокол № ___ від «___» _____ 202__ р.)

Освітня програма вводиться в дію з 2024-2025 н.р.

В.о. ректора _____ Микола ФРОЛОВ

(підпис)

(наказ № ___ від «___» _____ 202__ р.)

**Запоріжжя
2024**

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Гарант освітньої програми

_____ С.Г. Гроха

Директор ВСП ФКБХТ ЗНУ

_____ О.Л. Олійник

Керівник навчально-методичного відділу

_____ Л.О. Нестеренко

Начальник відділу моніторингу якості освіти і ліцензування

_____ М.А. Томченко

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи

_____ О.І. Гура

Передмова

Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж бізнесу та харчових технологій Запорізького національного університету».

«Маркетингова діяльність»: освітньо-професійна програма.

Переглянуто освітньо-професійну програму, розроблену робочою групою для підготовки фахового молодшого бакалавра відповідно до стандарту фахової передвищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України №703 від 22.06.2021 р «Про затвердження стандарту фахової передвищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр», URL: <https://mon.gov.ua/ua/npa/pro-zatverdzhennya-standartu-fahovoyi-peredvishoyi-osviti-zi-specialnosti-075-marketing-osvitno-profesijno>

у складі:

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Кваліфікаційна категорія, педагогічне звання, науковий ступінь, вчене звання		
1.	Гроха Світлана Геннадіївна (гарант освітньої програми)	викладач категорії	вищої	кваліфікаційної
2.	Воронько Наталія Іванівна	викладач категорії	вищої	кваліфікаційної
3.	Шелест Людмила Григорівна	викладач категорії	вищої	кваліфікаційної

РОЗГЛЯНУТО на Педагогічній раді коледжу

Протокол № ____ від _____

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Фесенко І.М., директор ТОВ «ВТС - УКРСНАБПРОМ», м Запоріжжя.
2. Редько Г.В., директор із збуту – начальник управління продажів ПАТ «Електрометалургійний завод «Дніпроспецсталь», м. Запоріжжя

1. Профіль освітньої програми

1– Загальна інформація	
Повна назва закладу фахової передвищої освіти	Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж бізнесу та харчових технологій Запорізького національного університету»
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Офіційна назва освітньої програми	Маркетингова діяльність
Форма здобуття освіти	Денна
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом фахового молодшого бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми становить 120 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 2 роки.
Назва кваліфікації	<i>Кваліфікація в дипломі:</i> Ступінь освіти – фаховий молодший бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетингова діяльність <i>Освітня кваліфікація:</i> фаховий молодший бакалавр з маркетингу
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію серія ДС № 000747 від 31.01.2022, спеціальність визнано акредитованою за рівнем фахової передвищої освіти відповідно до рішення Атестаційної комісії від 26 квітня 2017 року, протокол №125 (наказ МОН України від 27.04.2017 №658), строк дії сертифіката до 1 липня 2022 року (відповідно до постанови Кабінету Міністрів України «Про особливості акредитації освітніх програм, за якими здійснюють підготовку здобувачі вищої освіти, в умовах воєнного стану» від 16 березня 2022 р. № 295 строк дії сертифікатів про акредитацію спеціальностей і напрямів підготовки та сертифікатів про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів освіти, що були чинними на 24 лютого 2022 р., продовжується до 1 липня року, наступного за роком припинення або скасування воєнного стану в Україні)
Цикл / рівень	НРК України – 5 рівень, FQ-EHEA – короткий цикл, EQF-LLL – 5 рівень
Передумови	Право розпочати навчання за освітньою програмою мають особи без обмеження віку з базовою загальною середньою освітою (термін навчання – 3 роки), повною загальною середньою освітою (термін навчання – 2 роки) та особи, які мають освітньо-кваліфікаційний рівень кваліфікованого робітника (термін навчання – 1 рік)
Мова викладання	українська
Термін дії програми	01.07.2027
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	tk.znu.edu.ua
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців здатних до практичної діяльності, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, що відповідає Стратегії розвитку Відокремленого структурного підрозділу «Фаховий коледж бізнесу та харчових технологій Запорізького національного університету»	

3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область	<p>Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг Об'єкти вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних розв'язувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми з маркетингової діяльності. 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності</p>
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма для передвищої фахової освіти орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, відповідно до вимог ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації в бізнес-середовищі Запорізького регіону, який має значний економічний потенціал, розвинений ринок збуту та розгалужену торговельну мережу, що вимагає підготовки кваліфікованих молодших бакалаврів для роботи в сфері маркетингу. Особливості підготовки фахівців з маркетингу включають гнучкість і адаптивність, практичну орієнтацію, актуальні знання, творчий підхід та комунікативні навички, що дозволяє студентам успішно працювати в різних сферах ринку збуту та торговельній мережі, враховуючи запити роботодавців в Запорізькому регіоні.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальше навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Фахівець підготовлений до роботи в галузі економіки за Національним класифікатором України: «Класифікатор видів економічної діяльності» ДК 009:2010: Секція С Переробна промисловість Секція G Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів Секція К Фінансова та страхова діяльність. Фаховий молодший бакалавр спеціальності 075 «Маркетинг» має можливість бути працевлаштованим на посади з урахуванням кола та складності професійних завдань та обов'язків відповідно до Національного класифікатора України ДК 003:2010 «Класифікатор професій» (ДК 003:2010), зазначені в розділі 3 «Фахівці» за кодами професійних угруповань: Клас 341 «Фахівці в галузі фінансів та торгівлі»; 342 «Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери»; 343 «Технічні фахівці в галузі управління»; Підклас 3439 Інші фахівці в галузі управління</p>
Подальше навчання	<p>Здобуття освіти за: - початковим рівнем (короткий цикл) вищої освіти; - першим (бакалаврський) рівнем вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій та компетентностей в системі освіти дорослих</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Освітній процес побудований на принципах студентоцентрованого особистісно орієнтованого навчання на основі компетентнісного,</p>

		<p>системного, інтегративного підходів.</p> <p>Види навчання: аудиторні (лекції, практичні заняття та лабораторні заняття, семінарські заняття, групові консультації); позааудиторні (індивідуальні консультації, самостійна робота, навчальна практика, виробнича (технологічна) практика, курсова робота, гурткова науково-дослідна робота).</p> <p>Методи навчання: абстрактно-дедуктивні, проблемно-пошукові, дослідницькі, пошукові, інтерактивні, практичні.</p> <p>Акцент робиться на особистісному саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати роботи, що сприяє формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя.</p>
Оцінювання		<p>Оцінювання якості засвоєння освітньої програми включає поточний і підсумковий контроль знань та підсумкову атестацію за чотирибальною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно». Поточне оцінювання здійснюється на семінарських, практичних, лабораторних заняттях (усне опитування або письмовий експрес-контроль), тестовий контроль, захист звітів з практики та курсової роботи, презентації, тощо. Підсумковий контроль – екзамен/залік (оцінювання на підставі результатів поточного контролю та складання екзамену). Підсумкова атестація – кваліфікаційний іспит.</p>
6 – Перелік компетентностей випускника		
Вид компетентності	шифр	
Інтегральна компетентність	ІК	<p>Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів соціальних та поведінкових наук, та може характеризуватися певною невизначеністю умов; нести відповідальність за результати своєї діяльності; здійснювати контроль інших осіб у визначених ситуаціях.</p>
Загальні компетентності	ЗК	<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 і 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	СК	<p>Спеціальні компетентності, визначені стандартом</p> <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>

- СК 3.** Здатність планувати маркетингову діяльність ринкового суб'єкта.
- СК 4.** Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК 5.** Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах певної невизначеності.
- СК 6.** Здатність брати участь у проведенні досліджень у різних сферах маркетингової діяльності
- СК 7.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК 8.** Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- СК 9.** Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні конкретних маркетингових рішень.
- СК 10.** Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу.

Спеціальні компетентності, визначені закладом фахової передвищої освіти

- СК 11.** Здатність до стратегічного мислення в маркетингу, включаючи здатність розуміти довгострокові цілі та розробляти стратегічні плани для досягнення успіху на ринку.
- СК 12.** Здатність до управління маркетинговими комунікаціями в онлайн-середовищі, включаючи навички управління веб-сайтом, соціальними медіа, електронною поштою та іншими цифровими каналами комунікації.
- СК 13.** Здатність до управління взаєминами з клієнтами та створення лояльності, включаючи вміння будувати та підтримувати довгострокові взаємовигідні відносини зі споживачами, клієнтами та партнерами.
- СК 14.** Здатність до розробки та впровадження маркетингових інновацій, включаючи вміння ідентифікувати нові можливості на ринку, створювати та запроваджувати нові продукти, послуги та стратегії маркетингу.

7 – Програмні результати навчання

Програмні результати навчання визначені стандартом фахової передвищої освіти

- РН 1.** Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності.
- РН 2.** Володіти державною та іноземною мовами у професійному середовищі.
- РН 3.** Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- РН 4.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.
- РН 5.** Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання 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.

Програмні результати навчання визначені закладом фахової передвищої освіти

- РН 16.** Знати теоретичні основи стратегічного мислення в маркетингу
- РН 17.** Вміти розробляти та реалізовувати стратегії маркетингових комунікацій в цифрових каналах
- РН 18.** Володіти навичками управління клієнтським сервісом та задоволеністю клієнтів
- РН 19.** Розуміти процес розробки та впровадження маркетингових інновацій

8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення коледжу відповідає вимогам ліцензійних та акредитаційних вимог провадження освітньої діяльності, забезпечуючи належну якість навчання. Для реалізації програми залучаються досвідчені висококваліфіковані педагогічні працівники та майстри виробничого навчання, які мають необхідні знання та навички у сфері маркетингу. Щоб забезпечити своєчасне оновлення знань і вмінь, педагогічні працівники проходять атестацію раз на п'ять років та регулярно підвищують свою кваліфікацію. Освітній процес за освітньо-професійною програмою «Маркетингова діяльність» здійснюється завдяки спільним зусиллям усіх викладачів коледжу, стейкхолдерів та професіоналів-практиків.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічна база коледжу забезпечує високу якість підготовки молодших фахових бакалаврів. Для успішного проведення освітнього процесу використовуються різноманітні приміщення та обладнання, включаючи лабораторії комп'ютерної техніки, кабінети з гуманітарних, соціально-економічних, технічних та природничих дисциплін, бібліотеку. Крім того, є спеціалізовані кабінети для іноземної мови, охорони праці, екології та безпеки життєдіяльності, курсового проєктування, обліку і звітності, економіки підприємств різних типів, а також спортзал для фізичного виховання студентів. Освітній процес забезпечений комп'ютерними програмами, включаючи прикладні, які використовуються для здійснення навчання. Забезпечення робочими комп'ютерними місцями студентів надає доступ до сучасних інформаційних технологій та програмного забезпечення. Коледж має необхідну соціально-побутову інфраструктуру для

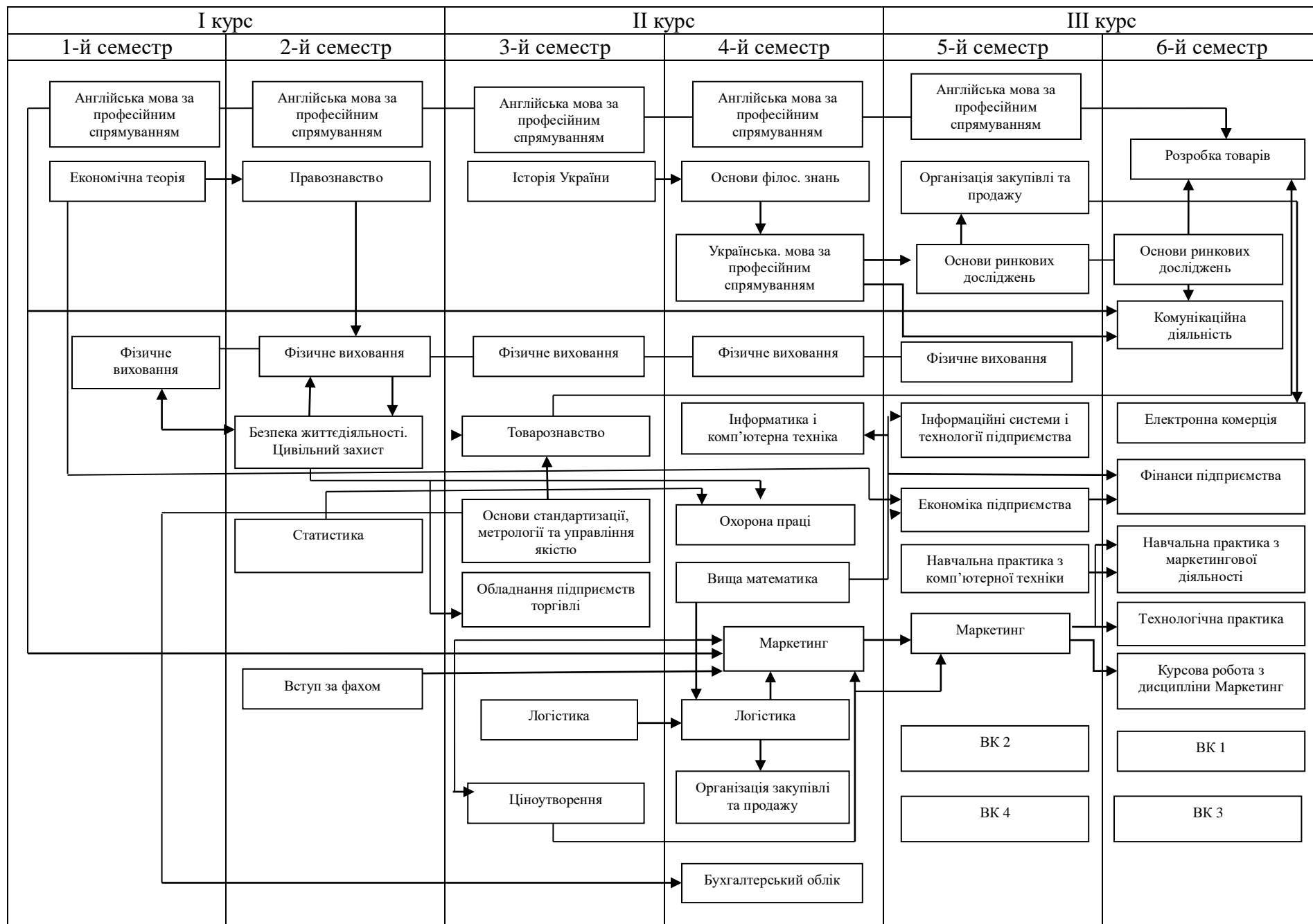
	комфортного перебування студентів, а здобувачі освіти забезпечені місцями для проживання у п'яти діючих гуртожитках Запорізького національного університету.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Сайт коледжу https://tk.znu.edu.ua/ має зручний інтерфейс та повну інформацію про діяльність закладу освіти і містить обов'язкову інформацію та документи згідно з вимогами законодавства про фахову передвищу освіту.</p> <p>Кожна дисципліна навчального плану освітньо-професійної програми «Маркетингова діяльність» ступеня фаховий молодший бакалавр забезпечена належними методичними матеріалами, а саме робочими програмами, рекомендаціями до самостійної роботи підручниками, навчальними посібниками, конспектами лекцій, довідниками та стандартами, що відповідають переліку рекомендованої літератури і доступні у форматі друкованих видань та електронних ресурсів на платформах, які надає Google (Google Диск, Google Клас, Веб-сайт викладачів коледжу) з дотриманням правових вимог щодо інтелектуальної власності.</p> <p>Бібліотека коледжу, яка розташована на сторінці https://librarycbftznu.blogspot.com/ та інтернет-сторінка наукової бібліотеки ЗНУ (http://library.znu.edu.ua), мають широкий асортимент навчальних підручників та посібників, періодичних видань і інших ресурсів, які забезпечують всі компоненти освітньо-професійної програми. Доступ до ресурсів бібліотеки для учасників освітнього процесу забезпечений як у локальному середовищі коли студенти можуть користуватись ресурсами бібліотеки як у читальному залі та навчальних приміщеннях, де забезпечений бездротовий доступ до Інтернету, так і віддалено шляхом використання інтернет-сторінок бібліотеки. Це надає студентам можливість отримувати необхідну інформацію незалежно від місця перебування, сприяє зручності та ефективності їх навчального процесу.</p> <p>Для якісної організації дистанційного освітнього процесу в коледжі успішно використовується платформа Google Class. Ця платформа надає студентам можливість самостійно працювати на різних дисциплінах, опрацьовувати лекційний матеріал, вивчати нові теми та виконувати різні завдання. Для організації самостійної роботи студентів надаються методичні матеріали, які включають навчальні завдання, методичні вказівки та перелік рекомендованої літератури. Цей підхід сприяє ефективному засвоєнню матеріалу та розвитку різноманітних навичок студентів у дистанційному навчанні.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На загальних підставах в межах України.</p> <p>На основі двосторонніх договорів між ВСП ФКБХТ ЗНУ та ЗВО. З моніторингом</p>
Міжнародна кредитна мобільність	Не передбачено
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачено

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми
«Маркетингова діяльність»

Код п/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики)	Кредитів ECTS	Вид контролю
1	2	3	5
Обов'язкові освітні компоненти ОПП			
Обов'язкові освітні компоненти, що формують загальні компетентності			
ОК 1	Англійська мова (за професійним спрямуванням)	6	екзамен
ОК 2	Економічна теорія (Основи економічної теорії)	2	диф. залік
ОК 3	Історія України	2	екзамен
ОК 4	Правознавство	2	диф. залік
ОК 5	Основи філософських знань	2	диф. залік
ОК 6	Українська мова (за професійним спрямуванням)	2	екзамен
ОК 7	Фізичне виховання	6	диф. залік
ОК 8	Інформатика та комп'ютерна техніка	3	диф. залік
ОК 9	Охорона праці	2	екзамен
ОК 10	Безпека життєдіяльності. Цивільний захист.	2	диф. залік
ОК 11	Вища математика (Математика)	3	екзамен
Обов'язкові освітні компоненти, що формують спеціальні компетентності			
ОК 12	Маркетинг	5	екзамен
ОК 13	Розробка товарів	4,5	екзамен
ОК 14	Логістика	5	екзамен
ОК 15	Організація закупівлі та продажу	5	диф. залік
ОК 16	Основи ринкових досліджень	4	екзамен
ОК 17	Комунікаційна діяльність	3	екзамен
ОК 18	Ціноутворення	3	диф. залік
ОК 19	Інформаційні системи і технології підприємства	4	екзамен
ОК 20	Бухгалтерський облік	3	диф. залік
ОК 21	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 22	Основи стандартизації, метрології та управління якістю	2	диф. залік
ОК 23	Товарознавство	3	диф. залік
ОК 24	Електронна комерція	3	диф. залік
ОК 25	Обладнання підприємств торгівлі	2	диф. залік
ОК 26	Статистика	2	диф. залік
ОК 27	Фінанси підприємства	2	диф. залік
ОК 28	Вступ за фахом	2	диф. залік
ОК 29	Курсова робота з дисципліни маркетинг	1	диф. залік
	Практична підготовка		
ОК 30	Навчальна практика з комп'ютерної техніки	3	диф. залік
ОК 31	Навчальна практика з маркетингової діяльності	4,5	диф. залік
ОК 32	Технологічна практика	9	диф. залік
	Атестація здобувачів фахової передвищої освіти		

ОК 33	Кваліфікаційний іспит	2	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		108	
Вибіркові освітні компоненти ОПП			
Вибірковий блок 1			
ВК 1.1	Культурологія	3	диф. залік
ВК 1.2	Психологія та етика ділових відносин	3	диф. залік
ВК 1.3	Трудова право	3	диф. залік
ВК 1.4	Податки підприємства	3	диф. залік
Вибірковий блок 2			
ВК 2.1	Соціологія	3	диф. залік
ВК 2.2	Етика бізнесу	3	диф. залік
ВК 2.3	Правове регулювання підприємницької діяльності	3	диф. залік
ВК 2.4	Звітність підприємств	3	диф. залік
Вибірковий блок 3			
ВК 3.1	Політологія	3	диф. залік
ВК 3.2	Етика бізнесу	3	диф. залік
ВК 3.3	Правове регулювання підприємницької діяльності	3	диф. залік
ВК 3.4	Основи аудиту	3	диф. залік
Загальний обсяг вибірових компонент		12	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		120	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетингова діяльність»



3. Форма атестації здобувачів фахової передвищої освіти

Форми атестації здобувачів фахової передвищої освіти	Згідно стандарту фахової передвищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр» атестація за освітньо-професійною програмою «Маркетингова діяльність» проводиться в формі кваліфікаційного іспиту
Вимоги до кваліфікаційного іспиту	Кваліфікаційний іспит виявляє рівень засвоєння знань та передбачає оцінювання обов'язкових результатів навчання, визначених стандартом фахової передвищої освіти освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр спеціальності 075 Маркетинг та освітньо-професійною програмою «Маркетингова діяльність». Програма кваліфікаційного іспиту розробляється викладачами фахових дисциплін на основі стандарту фахової передвищої освіти і затверджується педагогічною радою коледжу та Вченою Радою ЗНУ

4. Вимоги до системи внутрішнього забезпечення якості фахової передвищої освіти

Внутрішня система забезпечення якості освіти передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- розроблення і затвердження освітніх програм відповідно до Стандартів фахової передвищої освіти, певного рівня Національної рамки кваліфікацій освіти, а отже й Рамки кваліфікацій Європейського простору освіти;
- постійний моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм, їх модернізація та аналіз на відповідність вимогам студентів та ринку праці;
- впровадження студентоцентрованого навчання, викладання та оцінювання;
- підвищення якості контингенту здобувачів вищої освіти;
- посилення кадрового потенціалу Коледжу;
- забезпечення необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів освіти за кожною освітньою програмою;
- організація інформаційного менеджменту, у тому числі збір, аналіз і використання відповідної інформації для ефективного управління освітнім процесом;
- запровадження системи опитування як інструменту для зворотнього зв'язку із внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами;
- забезпечення публічності інформації про діяльність Коледжу;
- здійснення самооцінки якості освіти й освітньої діяльності як основи для зовнішнього забезпечення якості;
- створення ефективної системи та механізмів забезпечення академічної доброчесності, запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових та методичних працях педагогічних та інших працівників Коледжу та здобувачів освіти.

