

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«СМІЛЯНСЬКИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ»

СХВАЛЕНО

Педагогічною радою
Відокремленого структурного під-
розділу «Смілянського технологіч-
ного фахового коледжу Національ-
ного університету харчових техноло-
гій»

Голова педагогічної ради


О.І. Хоменко

Протокол № 5 від «13» 05 2020 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою
Національного університету харчових те-
хнологій

Заступник голови Вченої ради


В.Л. Яровий

Протокол № 16 від «03» 06 2020 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

Фахової передвищої освіти
за спеціальністю: 075 Маркетинг
галузі знань: 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: фаховий молодший бакалавр з маркетингу

Освітня програма вводиться

в дію з 01.09 2020 р.

Наказ № 71 від «10» 06 2020 р.

Київ 2020

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

Рівень освіти	фахова передвища
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Кваліфікація	фаховий молодший бакалавр з маркетингу

1. Науково-методична рада університету:

Протокол № 5 від «27» 05 2020 року

Рекомендовано на розгляд Вищої ради НУХТ
(висновок, особливі умови)

Голова НМР університету  В.Л.Яровий

2. Центр моніторингу якості та координації освітньої діяльності університету

Рекомендовано на розгляд НМР університету
(висновок, особливі умови)

«25» 05 2020 року

Директор Центру  І.В. Житнецький

3. Педагогічною радою СТФК НУХТ

Протокол № 5 від 13.05 2020 року

Рекомендовано на розгляд університету
(висновок, особливі умови)

Голова педагогічної ради  О.І.Хоменко

4. Цикловою комісією економічних дисциплін

Протокол № 5 від 5.05 2020 року

Додатково відповісти до «Таромента про розроблення, здійснення та торгівлі та перегляду ВН з НУХТ»
(висновок, особливі умови)

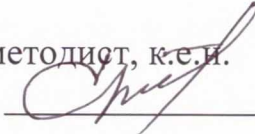
Голова циклової комісії  Т.К.Чубін

РОЗРОБЛЕНО:

Гарант освітньої програми:

Викладач вищої категорії, викладач-методист, к.е.н.

«5» 05 2020 року



Т.К. Чубін

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахового молодшого бакалавра за спеціальністю 07 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» є нормативним документом, в якому узагальнюється зміст освіти, тобто відображаються цілі освітньої та професійної підготовки, визначається місце фахівця в структурі господарства держави і вимоги до його компетентностей та інших соціально важливих властивостей і якостей.

Розроблено робочою групою у складі:

1. Чубін Т.К., к.е.н., викладач вищої кваліфікаційної категорії циклової комісії економічних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу «Смілянський технологічний фаховий коледж харчових технологій Національного університету харчових технологій», гарант освітньої програми;
2. Орленко Л.Є., викладач вищої кваліфікаційної категорії циклової комісії економічних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу «Смілянський технологічний фаховий коледж харчових технологій Національного університету харчових технологій»;
3. Гаража В.О., викладач вищої кваліфікаційної категорії циклової комісії економічних дисциплін Відокремленого структурного підрозділу «Смілянський технологічний фаховий коледж харчових технологій Національного університету харчових технологій».

1 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет харчових технологій Відокремлений структурний підрозділ «Смілянський технологічний фаховий коледж Національного університету харчових технологій»
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Фаховий молодший бакалавр Фаховий молодший бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом фахового молодшого бакалавра, одиничний 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки
Наявність акредитації	Акредитується вперше
Цикл/рівень	НРК України – 5 рівень
Передумови	Базова загальна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	www.stxt.com.ua
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Формування та розвиток загальних і професійних компетентностей фахівця, здатного вирішувати типові спеціалізовані виробничі чи навчальні завдання з маркетингу, що передбачає оволодіння студентами знань, вмінь та навичок з дослідження ринку та прогнозування попиту, розробки товару, ціноутворення, маркетингових комунікацій; застосування сучасного інструментарію маркетингу для вирішення прикладних завдань	
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь спеціальність)	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма орієнтована на підготовку фахівців, які мають володіти системою загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для виконання професійних завдань в області маркетингу, реклами, підприємництва
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Підготовка освітньо-професійних кадрів, які володіють сучасними методами та маркетинговими технологіями для ефективного управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності.
Особливості освітньо-професійної програми	Програма передбачає вивчення специфіки використання маркетингу в діяльності підприємств з метою проведення маркетингових досліджень і розробки маркетингових заходів;

	практичну підготовку до роботи на підприємствах Особливістю програми є підготовка фахівців, які здатні реалізовувати маркетингову програму, використовувати інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства
4 – Придатність випускників освітньо-професійної програми до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фаховий молодший бакалавр з маркетингу здатний працювати на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (державні, муніципальні, комерційні, некомерційні,) та за будь-якими видами економічної діяльності за професіями (згідно з ДК 003:2010, 2015) за кваліфікаційними угрупованнями: 3415 технічні та торговельні представники, 3419 інші фахівці в галузі фінансів і торгівлі, 3429 агенти з комерційних послуг та торговельні брокери а саме: агент комерційний, агент торговельний, представник торговельний, інспектор торговельний, організатор з постачання, організатор зі збуту, агент рекламний, представник з реклами, ревізор комерційний.
Подальше навчання	Подальше навчання за коротким (молодший бакалавр) циклом вищої освіти, першим (бакалавр) циклом вищої освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Підходи до освітнього процесу: проблемно орієнтований, компетентнісний. Форми організації освітнього процесу: лекції, лабораторні та практичні заняття, семінари, самостійна робота, консультації із викладачами, навчальна практика, виробнича практика, елементи дистанційного навчання. Освітні технології: інтерактивні, інформаційно-комунікативні
Оцінювання	Усні та письмові іспити, тестування, презентації, контрольні роботи, заліки, РГР, курсова робота (проект), атестація (комплексний кваліфікаційний іспит)
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність особи вирішувати типові спеціалізовані задачі в галузі маркетингу або у процесі навчання, що вимагає застосування положень і методів відповідних наук та може характеризуватися певною невизначеністю умов; відповідальність за результати своєї діяльності; здійснення контролю інших осіб у визначених ситуаціях
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами у професійній сфері. ЗК 2. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї. ЗК 4. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання ЗК 5. Адаптивність, комунікабельність, креативність, толерантність, здатність системного мислення та самовдосконалення, формування стійкого світогляду та наполегливість у досягненні мети. ЗК 6. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології. ЗК 7. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, приймати рішення у сфері професійної діяльності.

	<p>ЗК 8. Здатність працювати автономно та в команді; навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 9. Здатність діяти відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК10. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>СК 1. Здатність аналізувати управлінські ситуації та приймати управлінські рішення</p> <p>СК 2. Формування системи знань щодо категорій маркетингу та сучасних тенденцій у цій галузі знань</p> <p>СК 3. Опанування методики організації маркетингової діяльності на підприємствах</p> <p>СК 4. Здатність до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності</p> <p>СК 5. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.</p> <p>СК 6. Здатність працювати з управлінською документацією</p> <p>СК 7. Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозних показників збуту продукції</p> <p>СК 8. Здатність до використання інформаційної технології збирання, реєстрації, накопичування та обробки даних для управління і прийняття маркетингових рішень</p> <p>СК 9. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.</p> <p>СК 10. Здатність здійснювати аналіз стану ринку та середовища маркетингової діяльності.</p> <p>СК 11. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки.</p> <p>СК 12. Здатність реалізовувати плани діяльності за складниками комплексу маркетингу.</p> <p>СК 13. Здатність до забезпечення виконавчої дисципліни з питань охорони праці, техніки безпеки та екологічної безпеки в організації.</p> <p>СК 14. Здатність до аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища</p> <p>СК 15. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень</p> <p>СК 16. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності підприємства</p> <p>СК 17. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності</p> <p>СК 18. Здатність коректно застосовувати методи та технічні прийоми маркетингу</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>ПРН 1. Володіти сучасним інструментарієм із управління маркетингом</p> <p>ПРН 2. Проводити маркетингові дослідження ринку</p> <p>ПРН 3. Здійснювати організацію та управління у сфері матеріально-технічного забезпечення і збуту</p> <p>ПРН 4. Розраховувати плановий бюджет маркетингової діяльності</p> <p>ПРН 5. Обґрунтовувати рекомендації з асортиментної, збутової та цінової політики підприємства</p>

	<p>ПРН 6. Вести переговори з питань маркетингу, укласти комерційні угоди</p> <p>ПРН 7. Брати участь в організації представлення підприємства на виставках, ярмарках та інших заходах закупівельно-торгової та комунікаційної діяльності</p> <p>ПРН 8. Аналізувати маркетингову діяльність та оцінювати її ефективність</p> <p>ПРН 9. Орієнтуватися в кон'юнктурі ринку</p> <p>ПРН 10. Здійснювати рекламно-інформаційну діяльність та розробляти заходи щодо просування продукції на ринку</p> <p>ПРН 11. Здійснювати контроль за виконанням договірних зобов'язань.</p> <p>ПРН 12. Здійснювати контроль за дотриманням санітарно-гігієнічних вимог учасниками трудового процесу.</p> <p>ПРН 13. Використовувати сучасні інформаційні технології, ресурси та бази даних.</p> <p>ПРН 14. Визначати потребу підприємства в ресурсах та розраховувати показники ефективності їх використання</p> <p>ПРН 15. Демонструвати навички створення і обробки управлінської документації, облікової документації</p> <p>ПРН 16. Обґрунтовувати напрями з підвищення ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах</p> <p>ПРН 17. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати</p> <p>ПРН 18. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність</p> <p>ПРН 19. Оволодіти навичками спілкування, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою та однією із поширених європейських мов</p> <p>ПРН 20. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних мотивів, поваги до різноманіття думок, індивідуальних та міжкультурних відмінностей людей та використовувати різні види та форми рухової активності для ведення здорового способу життя</p> <p>ПРН 21. Використовувати аналітичний та методичний інструментарій для розуміння логіки прийняття господарчих рішень різними економічними агентами.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає ліцензійним умовам.
Матеріально-технічне забезпечення	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, у наявності відповідна соціальна інфраструктура, що включає гуртожиток, їдальню, медичний пункт, актову залу, студентський клуб, спортивний та тренажерний зали. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів. Навчальні лабораторії оснащені технічними засобами та спеціалізованим програмним забезпеченням.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт https://stxt.com.ua містить інформацію про положення та нормативні документи коледжу, освітньо-професійні програми, навчальну і виховну діяльність, структурні підрозділи, контакти.

	<p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в системі електронного забезпечення навчання: https://moodle.stxt.com.ua</p> <p>Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт коледжу https://www.stxt.com.ua/e_bibl.</p> <p>Читальні зали бібліотеки та навчальні корпуси забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність студентів, педагогічних працівників коледжу, у т.ч. навчання, стажування, проходження навчальної і виробничої практик, викладання та підвищення кваліфікації організовується на підставі партнерських угод про співробітництво коледжу з закладами освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	
Навчання іноземних здобувачів	Навчання іноземних здобувачів не проводиться.

2 ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсова робота, практики, державний екзамен)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Основи економічної теорії	4,0	Залік
ОК 2	Основи правознавства	3,0	Залік
ОК 3	Розміщення продуктивних сил	3,0	Залік
ОК 4	Вступ до спеціальності	3,0	Залік
ОК 5	Етика ділового спілкування	5,0	Залік
ОК 6	Діловодство	4,0	Залік
ОК 7	Економіка підприємства	6,0	Залік
ОК 8	Фінанси підприємства	4,0	Залік
ОК 9	Інформаційні системи і технології в маркетинговій діяльності	6,0	Залік
ОК 10	Менеджмент	5,0	Залік
ОК 11	Ціноутворення	4,0	Залік
ОК 12	Мікроекономіка	4,0	Залік
ОК 13	Статистика	4,0	Залік
ОК 14	Бухгалтерський облік	5,0	Залік
ОК 15	Українська мова (за професійним спрямуванням)	2,5	Екзамен
ОК 16	Фізичне виховання	1,0	Залік
ОК 17	Маркетинг	4,5	Курсова робота Екзамен
ОК 18	Логістика	3,0	Екзамен
ОК 19	Організація закупівель та продажу	1,5	Залік
ОК 20	Маркетингові дослідження	3,0	Курсова робота Екзамен
ОК 21	Охорона праці та безпека життєдіяльності	2,5	Екзамен
ОК 22	Економічний аналіз	2,0	Залік
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4,0	Екзамен
ОК 24	Електронна комерція	4,0	Залік
ОК 25	Маркетингова товарна політика	5,0	Екзамен
ОК 26	Маркетингова політика комунікацій	5,0	Залік
ОК 27	Навчальна практика з маркетингової діяльності	4,5	Залік
ОК 28	Виробнича (переддипломна) практика	4,5	Залік
ОК 29	Державна атестація	1,0	Комплексний кваліфікаційний іспит
Загальний обсяг обов'язкових компонент		108,0 кредитів	
2. Вибіркові компоненти ОПП			
ВК 1.1	Технологія галузі	4,0	Залік
ВК 1.2	Міжнародний маркетинг		Залік
ВК 2.1	Основи філософських знань	4,0	Залік
ВК 2.2	Товарознавство		Залік
ВК 3.1	Основи психології	4,0	Залік
ВК 3.2	Соціологія		Залік
Загальний обсяг вибірових компонент		12,0 кредитів	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		120 кредитів	

2.2 Структурно-логічна схема ОПП

Код п/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики)	Структурно-логічна схема ОПП
1. Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми		
ОК 1	Основи економічної теорії	Вихідна, передую вивченню ОК 7, ОК 12
ОК 2	Основи правознавства	Вихідна, передую вивченню ОК 7, ОК 21
ОК 3	Розміщення продуктивних сил	Вихідна, передую вивченню ОК 17
ОК 4	Вступ до спеціальності	Вихідна, передую вивченню ОК 9, ОК 11, ОК 17, ВК 2.2
ОК 5	Етика ділового спілкування	Вихідна, передую вивченню ОК 10, ОК 17, ВК 2.1, ВК 3.1, ВК 3.2
ОК 6	Діловодство	Вихідна, передую вивченню ОК 14
ОК 7	Економіка підприємства	Передую вивченню ОК 8, ОК 10, ОК 11, ОК 13, ОК 14, вивчається після ОК 1, ОК 2
ОК 8	Фінанси підприємства	Передую вивченню ОК 19, ОК 22, ОК 24 вивчається після ОК 7
ОК 9	Інформаційні системи і технології в маркетинговій діяльності	Передую вивченню ОК 17, вивчається після ОК 4
ОК 10	Менеджмент	Передую вивченню ОК 17, вивчається після ОК 5, ОК 7
ОК 11	Ціноутворення	Передую вивченню ОК 17, ОК 20, ОК 25 вивчається після ОК 4, ОК 7, ОК 12
ОК 12	Мікроекономіка	Передую вивченню ОК 11, ОК 13, ОК 17 вивчається після ОК 1
ОК 13	Статистика	Передую вивченню ОК 17, ОК 20, ОК 22, ОК 25, ВК 3.2, вивчається після ОК 7, ОК 12
ОК 14	Бухгалтерський облік	Передую проведенню ОК 28, вивчається після ОК 7, ОК 13
ОК 15	Українська мова (за професійним спрямуванням)	Вихідна
ОК 16	Фізичне виховання	Вихідна
ОК 17	Маркетинг	Передую вивченню ОК 18, ОК 19, ОК 24, ОК 26, ВК 1.2, вивчається після ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ОК 12, ОК 13
ОК 18	Логістика	Передую проведенню ОК 28, вивчається після ОК 17, ОК 20
ОК 19	Організація закупівель та продажу	Передую проведенню ОК 28 вивчається після ОК 17, ОК 20, ОК 25
ОК 20	Маркетингові дослідження	Передую вивченню ОК 18, ОК 19, ОК 25, ОК 26, проведенню ОК 27 вивчається після ОК 11, ОК 13
ОК 21	Охорона праці та безпека життєдіяльності	Передую проведенню ОК 28 вивчається після ОК 2

Код п/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики)	Структурно-логічна схема ОПП
ОК 22	Економічний аналіз	Передує проведенню ОК 28 вивчається після ОК 8, ОК 13
ОК 23	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	Вихідна
ОК 24	Електронна комерція	Передує проведенню ОК 28 вивчається після ОК 17, ОК 20, ОК 25
ОК 25	Маркетингова товарна політика	Передує вивченню ОК 19, ОК 24, проведенню ОК 28 вивчається після ОК 11, ОК 13
ОК 26	Маркетингова політика комунікацій	Передує проведенню ОК 28 вивчається після ОК 17, ОК 20
ОК 27	Навчальна практика з маркетингової діяльності	Передує проведенню ОК 28 проводиться після ОК 17, ОК 20, ОК 25
ОК 28	Виробнича (переддипломна) практика	Передує проведенню ОК 29 проводиться після ОК 18, ОК 19, ОК 21, ОК 22, ОК 23, ОК 24, ОК 26, ВК 1.1, ВК 1.2, ВК 2.1, ВК 2.2, ВК 3.1, ВК 3.2
ОК 29	Державна атестація	Проводиться після ОК 28
2. Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми		
ВК 1.1	Технологія галузі	Вихідна, передуює проведенню ОК 28
ВК 1.2	Міжнародний маркетинг	Передує проведенню ОК 28, вивчається після ОК 17
ВК 2.1	Основи філософських знань	Передує проведенню ОК 28, вивчається після ОК 5
ВК 2.2	Товарознавство	Передує проведенню ОК 28, вивчається після ОК 4
ВК 3.1	Основи психології	Передує проведенню ОК 28, вивчається після ОК 5
ВК 3.2	Соціологія	Передує проведенню ОК 28, вивчається після ОК 13, ОК 5

3 ФОРМИ ВИПУСКНОЇ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ

Державна атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі комплексного кваліфікаційного іспиту та завершується видачею документа про фахову передвищу освіту встановленого зразка про присудження освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр» з присвоєнням кваліфікації «фаховий молодший бакалавр з маркетингу».

4 ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ

У закладі фахової передвищої освіти функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості фахової перед вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості фахової передвищої освіти;
- 2) розроблення освітньо-професійних програм, здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів фахової перед вищої освіти і педагогічних працівників освітнього закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, умови і процедури присвоєння ступеня фахової перед вищої освіти та кваліфікацій;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладу освіти та здобувачами фахової перед вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів, які забезпечують належний рівень якості фахової перед вищої освіти.

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості фахової передвищої освіти закладу фахової передвищої освіти (внутрішня система забезпечення якості освіти) за поданням закладу може оцінюватися центральним органом виконавчої влади із забезпечення якості освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості фахової перед вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості фахової передвищої освіти, що затверджуються центральним органом влади у сфері освіти і науки за поданням центрального органу виконавчої влади із забезпечення якості освіти.

