

## ЕКСПЕРТНІ ВИСНОВКИ

### акредитаційної експертизи підготовки бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» з напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» у Вінницькому кооперативному інституті

Відповідно до Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України № 978 від 09.08.2001 р., та наказу Міністерства освіти і науки України «Про проведення акредитаційної експертизи» № 489л від 21.03.2016 р. у період з 28 по 30 березня 2016 р. експертна комісія у складі:

голови комісії – Пилипчука Володимира Петровича, заступника завідувача кафедри маркетингу Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», кандидата економічних наук, професора;

членів комісії:

Дем'янишина Василя Григоровича, професора кафедри фінансів ім. С. І. Юрія Тернопільського національного економічного університету, доктора економічних наук, професора;

Нікіфорова Петра Опанасовича, завідувача кафедри фінансів і кредиту Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доктора економічних наук, професора,

провела експертизу спроможності здійснення підготовки фахівців освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» з ліцензованим обсягом прийому 25 осіб денної та 75 заочної форм навчання.

Експертиза проведена відповідно до законів України «Про освіту», «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII, Постанови Кабінету Міністрів України від 09.08.2001 р. № 978 «Про затвердження Положення про акредитацію вищих навчальних закладів і спеціальностей у вищих навчальних закладах та вищих професійних училищах», «Ліцензійних умов надання освітніх послуг у сфері вищої освіти», затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 24.12.2003 р. № 847, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 19.01.2004 за №75/8674, у редакції наказу Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 22.11.2011 р. № 1377. Експертиза проведена за наступними напрямками:

- підтвердження достовірності інформації, поданої до Міністерства освіти і науки України Вінницьким кооперативним інститутом, у зв'язку з проведенням акредитаційної експертизи підготовки фахівців освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво», напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»;

- підтвердження відповідності акредитаційним вимогам кадрового складу науково-педагогічних працівників, що забезпечують виконання навчального плану

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук

заявленої спеціальності;

- забезпечення літературними джерелами, використання комп'ютерних технологій;

- відповідність нормативам Міністерства освіти і науки України щодо матеріально-технічного забезпечення підготовки фахівців заявленої спеціальності.

У процесі експертизи перевірено наявність оригіналів засновницьких документів, ліцензії та сертифікатів про акредитацію Міністерства освіти і науки України, навчальні та робочі плани, кваліфікаційні та освітні вимоги до випускників, відомості про соціальну інфраструктуру, кадрове, матеріально-технічне та навчально-методичне забезпечення навчальної діяльності, стан науково-дослідницької діяльності та інші документи, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 9 серпня 2001 р. № 978.

**Висновок.** Документи, подані Вінницьким кооперативним інститутом до Міністерства освіти і науки України щодо правових основ діяльності, є достовірними за змістом і комплектною та дають можливість отримати цілісне уявлення про організацію навчання студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг».

#### 1. Загальна характеристика Вінницького кооперативного інституту, що здійснює підготовку бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»

Вінницький кооперативний інститут є вищим навчальним закладом, у якому здійснюється підготовка фахівців для системи споживчої кооперації за напрямами підготовки та спеціальностями освітнього ступеня бакалавр та освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст (ліцензія серії АЕ 636503). До структури інституту без права юридичної особи входить Коледж економіки і права, який здійснює підготовку фахівців за спеціальностями освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст.

Вінницький кооперативний інститут було створено шляхом реорганізації. Вінницький кооперативний технікум був створений 23 травня 1930 року. Спочатку навчання здійснювалось на чотирьох відділах, де навчалось 284 особи. У 2002 році технікум було реорганізовано у Вінницький кооперативний коледж економіки і права.

Вінницький кооперативний коледж економіки і права відповідно до постанов Правління Вінницької облспоживспілки від 29.12.2007 р. № 57-К «Про створення Вінницького кооперативного інституту» та від 07.04.2008 р. № 20-К «Про реорганізацію Вінницького кооперативного коледжу економіки і права», а також постанови Правління Укоопспілки від 09.04.2008 р. № 137 і ЦК Профспілки працівників споживчої кооперації України від 09.04.2008 р. № П-10/Р-12 «Про створення Вінницького кооперативного інституту» було визнано правонаступником майнових прав та обов'язків реорганізованого шляхом перетворення Вінницького

Голова експертної комісії



В. П. Пилишчук

кооперативного коледжу економіки і права, залишивши його структурним підрозділом інституту без права юридичної особи.

Юридична адреса: 21009 м. Вінниця, вул. Фрунзе, 59

Телефон: (0432) 26-53-38, Факс: (0432) 26-53-38

Електронна пошта: E – mail: admin@vki.vin.ua

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ 01788042

Відомча приналежність навчального закладу – Всеукраїнська спілка споживчих товариств України (Укркоопспілка).

В.о. ректора інституту є Дравовський Анатолій Григорович – освіта вища, заслужений працівник освіти України. У 1979 р. закінчив Київський торговельно-економічний інститут за спеціальністю «Економіка торгівлі», кандидат економічних наук зі спеціальності «Економіка, планування та організація управління невиробничою сферою». У 1987 році захистив кандидатську дисертацію на тему: «Резерви підвищення ефективності складського господарства оптової торгівлі продовольчими товарами». У 2013 році захистив докторську дисертацію на тему: «Розвиток кооперативного сектору національної економіки в конкурентному середовищі». Загальний стаж роботи – 39 років, педагогічний – 23 роки. На посаді керівника вищого навчального закладу працює 15 років.

Відповідно до оголошення Власника – Вінницької обласної спілки споживчих товариств України – обрання ректора проходитиме 14 квітня 2016 р.

В інституті здійснюється освітня діяльність з підготовки бакалаврів та спеціалістів за галузями знань, напрямками підготовки і спеціальностями (табл. 1).

Таблиця 1

№ з/п	Галузь знань	Напрями підготовки Спеціальності	Ліцензований обсяг (осіб)		Дата видачі сертифіката
			Денна	Заочна	
1.	0305 Економіка та підприємництво	6.030507 Маркетинг	25	75	25.05.11 р., Пр. №87 04 серпня 2011 р.
2.	0305 Економіка та підприємництво	6.030508 Фінанси і кредит	30	75	25.05.11 р., Пр. №87 04 серпня 2011 р.
3.	0305 Економіка та підприємництво	6.030509 Облік і аудит	25	65	23.02.12, Пр. № 93 22 травня 2012 р.
4.	0306 Менеджмент і адміністрування	6.030601 Менеджмент	30	30	
5.	0305 Економіка та підприємництво	7.03050901 Облік і аудит	25	-	24.07.15, Пр. № 118 10 серпня 2015 р.
6.	0305 Економіка та підприємництво	7.03050801 Фінанси і кредит	25	-	30.05.13, Пр. № 104 05.06.2013 р.

У коледжі інституту здійснюється освітня діяльність з підготовки молодших спеціалістів за галузями знань та спеціальностями (табл. 2).

Голова експертної комісії



В. П. Пилипчук

№	Галузі знань	Спеціальність	Ліцензований обсяг (осіб)		Рівень акредитації, дата видачі сертифіката
1.	0305 Економіка та підприємництво	5.03050801 Фінанси і кредит	100	30	23.02.12, Пр. №93 22.05.2012 р.
2.	0305 Економіка та підприємництво	5.03050901 Бухгалтерський облік	90	20	23.02.12, Пр. №93 22.05.2012 р.
3.	0305 Економіка та підприємництво	5.03051001 Товарознавство та комерційна діяльність	150	30	29.03.13, Пр. №102 05.06.2013 р.
4.	0305 Економіка та підприємництво	5.03050802 Оціночна діяльність	30	-	30.05.13, Пр. № 104 05.06.2013 р.
5.	0305 Економіка та підприємництво	5.03050702 Комерційна діяльність	50	-	30.05.13, Пр. № 104 05.06.2013 р.
6.	1401 Сфера обслуговування	5.014010102 Ресторанне обслуговування	50	25	29.03.13, Пр. №102 05.06.2013 р.
7.	0304 Право	5.03040101 Правознавство	60	-	23.02.12, Пр. №93 22.05.2012 р.
8.	0517 Харчова промисловість та переробка сільськогосподарської продукції	5.05170101 Виробництво харчової продукції	70	60	29.03.13, Пр. №102 05.06.2013 р.

З 2007 року проводиться підготовка бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» за напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг».

Загальні показники розвитку Інституту наведені у табл.3.

Таблиця 3

**Загальні показники розвитку Вінницького кооперативного інституту**

№ з/п	Показник	2015
1.	Рівень акредитації ВНЗ	I, II, III
2.	Кількість ліцензованих спеціальностей (напрямів підготовки)	14
3.	Кількість спеціальностей, акредитованих за:	
	- 1 рівнем	8
	- 2 рівнем	3
	- 3 рівнем	2
	- 4 рівнем	-
4.	Контингент студентів на всіх курсах навчання (всього/інститут):	1354/591
	• на денній формі навчання (всього/інститут)	925/247
	• на заочній формі навчання (всього/інститут)	429/344
5.	Кількість факультетів	1
6.	Кількість кафедр	6
7.	Кількість співробітників (всього)	113
	- в т.ч. науково-педагогічних працівників в інституті	41

Голова експертної комісії



В. П. Пиличук



8.	Серед них в інституті	
	- докторів наук, професорів, осіб / %	3/7,3
	- кандидатів наук, доцентів, осіб / %	23/56,1
	- аспірантів та здобувачів наукових ступенів кандидата та доктора наук, осіб / %	11/26,8
	- магістрів, осіб / %	11/26,8
9.	Загальна /навчальна площа будівель, кв. м.	9837,4 / 5646,6
10.	Загальний обсяг державного фінансування (тис. грн.)	-
11.	Кількість посадкових місць у читальних залах	100
12.	Кількість місць у гуртожитках	400
13.	Кількість робочих місць з ПЕОМ для студентів	60
	• в т.ч. із виходом в Інтернет	60

Для забезпечення навчально-виховного процесу інститут має такі структурні підрозділи:

- факультет економіки та підприємництва;
- заочне відділення;
- 6 кафедр (фундаментально-економічних дисциплін; гуманітарних наук та інформаційних технологій; економіки і фінансів; обліку і аудиту; маркетингу та підприємництва; менеджменту);
- коледж економіки і права, до структури якого входять:
  - 2 відділення (економіко-правове, товарознавчо-технологічне);
  - 7 циклових комісій (суспільно-гуманітарних дисциплін; загальноосвітніх дисциплін та фізичного виховання; правознавчих дисциплін; економіки, фінансів та оціночної діяльності; товарознавчих дисциплін та комерційної діяльності; бухгалтерського обліку та комп'ютерних дисциплін; виробництва харчової продукції та ресторанного обслуговування).

Освітня діяльність підрозділів визначена окремими положеннями та відповідними нормативно-правовими документами.

У своїй освітній діяльності інститут керується концепціями діяльності за галузями знань, напрямками підготовки та спеціальностями.

За час свого існування інститут успішно витримує конкурентну боротьбу з іншими навчальними закладами регіону. На даний час випускники інституту працюють як на різних підприємствах галузей діяльності системи споживчої кооперації Вінницької та інших областей України, так і на підприємствах інших організаційно-правових форм.

**Висновок.** Вінницький кооперативний інститут має усі необхідні умови та юридичні підстави для здійснення освітньої діяльності, пов'язаної з підготовкою фахівців за освітнім ступенем бакалавра галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» відповідно до чинного законодавства України. Навчальний заклад представив оригінали засновницьких документів, концепцію розвитку спеціальності, ліцензії та сертифікати, які дають право на здійснення освітньої діяльності. Загальні показники діяльності навчального закладу свідчать про його спроможність забезпечувати якісну підготовку фахівців.

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук

## 2. Формування контингенту бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»

У навчальному закладі навчається 1354 студенти, у тому числі на денному відділенні – 925, на заочному – 429. Контингент студентів інституту становить 591 особу, з них: 247 – на денній, 344 – на заочній формі навчання.

За напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг» на денній формі навчається 78 студентів.

Організація і проведення прийому студентів до навчального закладу здійснюється відповідно до Правил прийому, розроблених згідно Умов прийому до вищих навчальних закладів України та відповідає вимогам законодавчих і нормативних документів з даного питання.

Для формування якісного складу студентів з метою забезпечення ступеневої освіти в навчальному закладі використовуються різні форми профорієнтаційної роботи: працівники Інституту проводять активну агітаційну роботу серед молоді регіону, пропагуючи переваги кооперативного сектору української економіки, побудованого на власних цінностях та принципах, здійснюють постійний моніторинг ринку праці, проводять систематичну й цілеспрямовану роботу з випускниками загальноосвітніх навчальних закладів та професійно-технічних навчальних закладів щодо їхньої орієнтації на здобуття професій, необхідних у системі споживчої кооперації області.

Відповідно до Концепції розвитку національного кооперативного руху, «Стратегії розвитку споживчої кооперації України на 2004-2015 роки», рішення Правління Укркоопспілки, внаслідок реформування відбуваються значні зміни у споживчій кооперації області, яка вже на сьогодні створила більше 500 споживчих товариств нового зразка. У зв'язку з нарощуванням обсягів діяльності Вінницька облспоживспілка має гостру потребу в молодих висококваліфікованих фахівцях різних галузей діяльності, зокрема економічного спрямування.

Профорієнтаційна робота здійснюється відповідно до Програми профорієнтаційної роботи Вінницького кооперативного інституту на 2015-2016 н.р., затвердженої вченою радою інституту 30.06.2015 р. Відповідальність за проведення профорієнтаційної роботи покладається на проректора з гуманітарної освіти та соціальних питань.

До проведення заходів з профорієнтаційної роботи активно долучається власник – Вінницька обласна спілка споживчих товариств України. Так, під керівництвом голови Правління облспоживспілки, створено штаб профорієнтаційної роботи, постановою Правління облспоживспілки № 43-к від 26.11.2015 р. передбачені заходи щодо підвищення результативності її проведення у 2016 р.

Ліцензією серії АЕ № 636503 від 18.05.2015 року передбачено підготовку фахівців напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» у обсязі 25 осіб денної та 75 – заочної форм навчання. Прийом студентів за період з 2010 по 2015 роки здійснювався у межах ліцензії за кошти юридичних і фізичних осіб.

Завідувачем кафедри маркетингу та підприємництва у вересні 2015 р. складено графік проведення профорієнтаційної роботи викладачами кафедри, який погоджено

Голова експертної комісії  В. П. Пиличук

з проректором з гуманітарної освіти та соціальних питань і керівниками райспоживспілок Вінницької області. Результати профорієнтаційної роботи відображаються у звіті кафедри.

Протягом навчального року до профорієнтаційної роботи залучаються працівники системи споживчої кооперації області, випускники, викладачі, кращі студенти ВНЗ, проводяться Дні відкритих дверей, відбуваються декади відділень, на які запрошуються учні випускних класів, професійно-технічних навчальних закладів міста й області. Інформація про проведення заходів розміщується у друкованих ЗМІ, у загальноосвітніх школах, професійно-технічних навчальних закладах.

Керівництво навчального закладу приділяє належну увагу питанням формування й збереження контингенту студентів. На засіданнях Вченої ради інституту періодично розглядаються питання щодо адаптації студентів нового прийому до перебування і навчання в інституті. Питання аналізу успішності та дисципліни студентів систематично обговорюються на засіданнях ректорату, вченої ради, кафедр та дисциплінарної комісії.

**Висновок.** Експертна комісія констатує, що наведені дані засвідчують про достатню зацікавленість абітурієнтів до набуття теоретичних знань та практичних навичок з напрямку підготовки «Маркетинг», що відображає ситуацію на регіональному ринку праці. Профорієнтаційна робота проводиться у відповідності до чинних нормативних документів і забезпечує якісний відбір студентів на навчання за освітнім ступенем «бакалавр» даного напрямку підготовки. Організація, планування та формування контингенту здійснюється відповідно до законодавства і без порушень.

### 3. Зміст підготовки бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»

Підготовка фахівців напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» здійснюється відповідно до «Положення про організацію освітнього процесу у Вінницькому кооперативному інституті» (наказ в.о. ректора від 03.02.2015 р. №13-р.).

Зміст підготовки фахівців напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» в інституті визначається галузевими стандартами вищої освіти: освітньо-кваліфікаційною характеристикою та освітньо-професійною програмою та їхніми варіативними компонентами.

Під час перевірки було проаналізовано документи і матеріали, які відображають зміст освіти, зокрема: варіативні частини освітньо-кваліфікаційної характеристики, освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів з маркетингу, навчальні плани, графіки навчального процесу.

Крім цього, для підготовки бакалаврів напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво», навчальний заклад керується засобами діагностики якості вищої освіти за рівнем бакалавра, розробленими навчальним закладом, навчальними планами, робочими навчальними планами, затвердженими в установленому порядку.

Варіативні частини ОКХ, ОПП підготовки бакалавра напрямку підготовки

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук



6.030507 «Маркетинг» розроблені науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу та підприємництва у межах структури та форм, затверджених МОН України з урахуванням традицій Вінницького кооперативного інституту, вимог ринку праці, особливостей діяльності підприємств та організацій споживчої кооперації, відображають соціальне замовлення на фахівців з маркетингу на підставі аналізу їхньої професійної діяльності в регіоні.

Навчальний план напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» складено відповідно до освітньо-професійної програми за типовою формою, затвердженою в установленому порядку. Він включає нормативну та вибіркочу частини, обсяг годин на вивчення кожної дисципліни, форми занять, підсумкового контролю та державної атестації. Сумарна кількість кредитів із професійно-орієнтованих вибіркових дисциплін становить не менше 15% загальної кількості кредитів навчального плану. На підставі діючого навчального плану розроблено робочі навчальні плани, затверджені проректором з науково-педагогічної роботи.

Навчальний план передбачає вивчення вибіркових дисциплін за всіма циклами. Понад 42% дисциплін відноситься до циклу професійної та практичної підготовки.

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Вінницькому кооперативному інституті, починаючи з 2015-2016 н.р., студенти мають право вільного вибору дисциплін навчального плану спеціальності.

Окрім цього, студент має право обрати для вивчення дисципліни з інших спеціальностей. У такому випадку він записується на дисципліни вільного вибору на відповідних кафедрах. Максимальна сумарна кількість кредитів з дисциплін, які не є професійно-орієнтованими, становить 15% загальної кількості кредитів навчального плану.

Контроль знань і умінь студентів здійснюється шляхом проведення поточного та семестрового контролю з навчальних дисциплін, що підтверджено записами в журналах, залікових та екзаменаційних відомостях, наказами та розпорядженнями, протоколами вченої ради інституту.

Атестація у Вінницькому кооперативному інституті здійснюється відповідно до Положення «Про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії у Вінницькому кооперативному інституті» на підставі оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок випускників із використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики: складання екзамену з економічної теорії та комплексного кваліфікаційного екзамену. Комплексний екзамен включає два етапи: тестову перевірку знань та комплексний екзамен за фахом з дисциплін: маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингові дослідження, маркетингові комунікації, основи охорони праці.

Організацію і контроль освітнього процесу здійснює науково-педагогічний склад випускової кафедри маркетингу та підприємництва.

Експертною комісією встановлено, що розбіжностей щодо переліку і змісту навчальних дисциплін, обсягів часу на їх вивчення, форм проведення підсумкового контролю, передбачених освітньо-професійною програмою і навчальним планом, немає.

Голова експертної комісії



V. П. Пиличук



Організація освітнього процесу підготовки фахівців здійснюється відповідно до графіка навчального процесу, розробленого на основі робочих навчальних планів. Розклад навчальних занять складається на семестр з дотриманням методичних та нормативних вимог.

Планування та організація навчального процесу в інституті здійснюється у відповідності до «Положення про організацію освітнього процесу». Згідно з цим документом в інституті створено чітку схему управління якістю освітнього процесу. Очолює і контролює цю роботу в.о. ректора інституту, безпосереднє керівництво здійснює проректор з науково-педагогічної роботи.

В інституті функціонує відділ науково-пошукової роботи, управління якістю освіти та зовнішніх зв'язків, у якому сконцентрована основна методична документація. Експертна комісія розглянула подані матеріали щодо навчально-методичного забезпечення напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг», варіативні компоненти ОПП і ОКХ, навчальний план, навчальні та робочі програми з дисциплін, програму практики. Навчальні робочі програми розглянуті на засіданнях кафедри та затверджені проректором з науково-педагогічної роботи. У них визначено тематичний план, бюджет часу на вивчення дисциплін, питання, винесені на самостійне вивчення, форми контролю, перелік необхідної літератури, передбачено зв'язок з іншими дисциплінами навчального плану з урахуванням структурно-логічних схем дисциплін.

З усіх дисциплін створені навчально-методичні комплекси дисциплін, які містять: навчальні програми, робочі навчальні програми, лекційний фонд, завдання для практичних, семінарських занять, пакети завдань для поточного, підсумкового, семестрового контролю знань студентів, державної атестації, методичні рекомендації та завдання з організації самостійної роботи студентів, методичні рекомендації щодо написання, оформлення та захисту курсових робіт, методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики.

Навчальним планом напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» передбачено проведення різних видів практик: навчальної практики з маркетингу, комп'ютерної з маркетингу, з вирішення ситуацій та виробничої.

В інституті на підставі загального положення про практичне навчання розроблена програма практики, що затверджена науково-методичною радою (протокол № 5 від 23.01.2013 р.). Аналіз методичного забезпечення практики, звітів студентів, а також наявних баз практик свідчить про якісний рівень керівництва практичним навчанням, ефективність виробничої підготовки студентів при формуванні професійних практичних вмінь та навичок. За результатами практики студенти оформляють і захищають звіти та індивідуальні завдання.

Згідно з постановою Правління Вінницької облспоживспілки № 19-к від 12.05.2015 р. «Про закріплення баз практики для студентів Вінницького кооперативного інституту та коледжу економіки і права на 2015-2020 рр. навчальний заклад забезпечений базами практики на підприємствах та в організаціях системи споживчої кооперації області. Виробничу практику студенти проходять на підприємствах системи споживчої кооперації області та на підприємствах інших

Голова експертної комісії  В. П. Пиличук

організаційно-правових форм, зокрема на Структурному підрозділі «Вінницька обласна універсальна торгова база»; Підприємстві облспоживспілки «Госпрозрахункове об'єднання ринків м. Вінниця»; Підприємстві споживчої кооперації «Вінницька універсальна заготівельно-збутова база»; ПАТ «Володарка»; ПАТ «Вінницька кондитерська фабрика»; ТОВ-підприємство «АВІС»; Вінницькій філії ПАТ «Укртелеком»; ТОВ НВП «Аргон»; «Вінницькій торгово-промисловій палаті; ТОВ «Еко-маркет»; Будівельно-господарському гіпермаркеті «Епіцентр»; Головному управлінні економіки ОДА та інші, що забезпечують умови для виконання повного обсягу завдання практики й надають можливості у подальшому працевлаштуванні випускників за спеціальністю.

Підготовка фахівців з напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» здійснюється за кредитно-модульною системою. Академічні досягнення студентів з навчальних дисциплін регулярно розглядаються та аналізуються на засіданнях кафедри, вченої ради інституту та фіксуються у відповідних протоколах.

Варіативні частини освітньо-кваліфікаційної характеристики та освітньо-професійної програми, навчальний план підготовки бакалаврів напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» розроблено з урахуванням тенденцій розвитку вищої освіти та системи споживчої кооперації України.

**Висновок.** Експертна комісія відзначає, що зміст підготовки фахівців напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» відповідно до його складових (ОКХ, ОПІ, засобів діагностики, навчального плану) відповідає галузевим стандартам вищої освіти, державним вимогам щодо акредитації спеціальності та дозволяє вирішувати питання безперервності, наступності та ступеневості підготовки фахівців у системі задоволення поточних і перспективних потреб ринку праці. Розроблені варіативні компоненти включають дисципліни фахового спрямування за вибором навчального закладу та відповідають акредитаційним вимогам Міністерства освіти і науки України, а також особливостям професійної діяльності та потребам регіону у висококваліфікованих фахівцях з маркетингу.

Результати ознайомлення з організацією освітнього процесу та навчально-методичною роботою викладачів інституту дають можливість експертній комісії зробити висновок про достатній рівень забезпечення теоретичної та практичної підготовки фахівців з маркетингу.

#### **4. Організаційне та навчально-методичне забезпечення навчально-виховного процесу підготовки бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»**

Навчально-методична робота у Вінницькому кооперативному інституті спрямована на підготовку висококваліфікованих, конкурентоспроможних на ринку праці, всебічно розвинених фахівців з маркетингу.

Комісією встановлено, що організація освітнього процесу в інституті здійснюється згідно з вимогами основних діючих нормативних документів.

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук

Експертна комісія здійснила перевірку навчально-методичного забезпечення дисциплін навчального плану і дійшла висновку про його постійне удосконалення й оновлення відповідно до вимог діючої нормативно-правової бази з питань підготовки маркетологів та нормативних документів Міністерства освіти і науки України. В інституті створено можливості для оновлення змісту навчальних програм дисциплін відповідно до науково-технічних досягнень, змін до потреб у підготовці фахівців та змін пріоритетів щодо їх використання. Відповідну інформацію викладачі навчального закладу отримують від підприємств, що є базами практики, зі спеціалізованих періодичних видань, наукових вісників, роботодавців області, інформаційних дайджестів, за допомогою мережі Інтернет, доступ до якої забезпечений у навчальних аудиторіях інституту. При цьому обов'язковими вимогами залишаються поєднання глибокої фундаментальної підготовки з індивідуалізацією навчання та його практичною спрямованістю з урахуванням конкретного виду майбутньої діяльності.

Викладачами інституту розроблено та затверджено у встановленому порядку навчальні та робочі навчальні програми з усіх дисциплін навчального плану даного напрямку підготовки. Навчальні дисципліни у повному обсязі забезпечені навчально-методичними комплексами дисциплін, які відповідають вимогам вищої школи.

Щорічно завідувачем кафедри маркетингу та підприємництва проводиться перевірка методичного забезпечення з дисциплін, закріплених за кафедрою, на відповідність навчальним планам, варіативній частині ОПП та вимогам Положення про організацію освітнього процесу у Вінницькому кооперативному інституті. Результати перевірки відображаються в протоколах засідання кафедри.

Комплексні контрольні роботи з нормативних дисциплін навчального плану, які використовуються для контролю залишкових знань студентів і дають змогу оцінити рівень знань, умінь та навичок студентів, складено з дотриманням усіх акредитаційних вимог.

Згідно із затвердженими планами проводяться відкриті заняття, регулярно відбуваються взаємовідвідування занять з подальшим обговоренням, семінари та педагогічні тренінги для молодих викладачів.

Робота випускової кафедри спланована згідно з діючими вимогами і рекомендаціями Міністерства освіти і науки України. Викладачі кафедри проводять значну роботу в напрямку інтеграції освітнього процесу з виробничою сферою та науковою діяльністю, що збагачує освітній процес і підвищує рівень наукових досліджень викладачів та студентів.

Випускова кафедра у достатній кількості забезпечена технічними засобами навчання, в т.ч. мультимедійними. У навчальному процесі систематично використовуються комп'ютерні лабораторії, електронні підручники, які суттєво впливають на методику проведення занять, надають широкі можливості для організації ефективної самостійної роботи, а саме допомагають поглиблювати знання і навіть, з допомогою відповідних програм, діагностувати рівень сформованості знань та умінь.

**Висновок. Експертна комісія констатує належний рівень навчально-**  
Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук



методичного забезпечення освітнього процесу підготовки фахівців напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг». Виконання навчального плану, наявне навчально-методичне забезпечення програм дисциплін, методичне забезпечення індивідуальної, самостійної та практичної підготовки відповідає діючим вимогам державної атестації.

**5. Кадрове забезпечення освітнього процесу підготовки бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»**

Підготовку фахівців в інституті здійснює 41 викладач. З них на постійній основі працюють 38, за сумісництвом – 3 викладачі.

Науково-педагогічний колектив інституту нараховує 3 доктори наук (один працює за сумісництвом), 2 кандидати наук (міжнародною атестаційною радою присвоєні їм ступені докторів і звання професорів), 19 кандидатів наук (на постійній основі працює 18), 9 викладачів, які є здобувачами наукового ступеня кандидата наук, 3 – доктора наук. Середній вік штатних викладачів становить 41 рік, кандидатів та докторів наук – 46 років.

Підготовку бакалаврів з маркетингу здійснюють 28 викладачів, у тому числі 3 доктори наук, 16 кандидатів наук. Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин:

- циклу гуманітарної та соціально-економічної підготовки становить 84,5% (з них на постійній основі – 61,9%);
- циклу природничо-наукової та загально-професійної (фундаментальної) підготовки фахових дисциплін – 85,9% (з них на постійній основі – 82,7%), частка докторів наук становить 16,1%;
- циклу професійної та практичної підготовки – 87,5% (всі працюють на постійній основі), частка докторів наук становить – 11,9%.

Кафедра Маркетингу та підприємництва об'єднує 7 викладачів (усі штатні), у т.ч.: 4 кандидати наук, 3 викладачі навчаються в аспірантурі та готуються до захисту кандидатських дисертацій, 4 мають диплом магістра (таблиця 4). Усі викладачі мають відповідну базову вищу освіту, яка відповідає профілю дисциплін, що викладають та достатній педагогічний і виробничий досвід. Діючий склад кадрового забезпечення кафедри підтверджується наказами про зарахування на посади, відповідними витягами з наказів у особових справах та записами у трудових книжках.

Комісія констатує регулярне проходження викладачами стажування та підвищення кваліфікації у провідних ВНЗ України та на виробничих і торговельних підприємствах.

Очолоє випускову кафедру Марчук Олена Олександрівна, освіта вища, у 2005 р. закінчила Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету за спеціальністю маркетинг.

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук



Кандидат економічних наук. У 2013 р. захистила дисертацію на тему: «Стабілізація розвитку національної економіки на основі переорієнтації національної економіки».

Загальний стаж роботи – 9 років, педагогічний – 8.

У закладі затвердженій перспективний план підвищення кваліфікації працівників, згідно з яким за останні 5 років свою кваліфікацію підвищили 100 % викладачів, що відповідає акредитаційним вимогам. Адміністрація інституту приділяє належну увагу підвищенню кваліфікації науково-педагогічних кадрів, яка проходить: у Міжгалузовому інституті підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів при Полтавському університеті економіки і торгівлі, Одеському державному аграрному університеті, Львівській комерційній академії та на промислових підприємствах міста Вінниці.

Викладачі кафедри маркетингу та підприємництва беруть активну участь у міжнародних та всеукраїнських конференціях, круглих столах, які проводить Державна служба зайнятості; семінарах, що організуються спеціалізованою фірмою «Знання» та Вінницькою облспоживспільною.

Керівництво навчального закладу забезпечує стимулювання професійного зростання науково-педагогічних працівників, створює належні умови для науково-пошукової роботи.

Під час експертизи було встановлено, що якісні показники викладацького складу, який забезпечує підготовку бакалаврів за напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг», в основному відповідають вимогам вищої школи і характеризуються позитивними тенденціями. Збільшується частка викладачів, які навчаються в аспірантурі та є здобувачами у провідних вищих навчальних закладах України. У 2015-2016 н.р. три викладача навчального закладу захистили кандидатські дисертації.

Висновок. На підставі проведеної перевірки інформації за наказами зарахування на посаду, особовими справами, трудовими книжками, документами про наявність вищої освіти, наукового ступеня, вченого звання, документами про підвищення кваліфікації експертна комісія зазначає, що система підбору та використання науково-педагогічних кадрів сприяє реалізації потенційних можливостей колективу, підвищенню ефективності навчально-виховної роботи, здійсненню освітньої діяльності, пов'язаної з підготовкою бакалаврів з напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг». Кадровий склад науково-педагогічних працівників Вінницького кооперативного інституту та випускової кафедри, який здійснює підготовку бакалаврів з маркетингу відповідає акредитаційним вимогам. Разом з тим, комісія вважає за доцільне підвищувати кваліфікацію викладачам кафедри у провідних економічних ВНЗ України, які здійснюють підготовку фахівців за напрямом «Маркетинг».

Голова експертної комісії



В. П. Пиличук

Таблиця 4

## Якісний склад випускової кафедри з напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»

№ з/п	Прізвище, ім'я та по батькові викладача	Найменування посади; для сумісників – місце основної роботи, посада	Найменування закладу, який закінчив (рік закінчення, спеціальність, кваліфікація за дипломом)	Науковий ступінь, шифр і назва наукової спеціальності, вчене звання, за якою кафедрою (відділом тощо) присвоєно, назва теми дисертації	Найменування всіх дисциплін, які закріплені за викладачем, та кількість лекційних годин з кожної дисципліни	Інформація про наукову діяльність (основні публікації за напрямом, науково-дослідна робота, участь у конференціях і семінарах, робота з аспірантами та докторантами, керівництво студентською науковою роботою)	Підвищення кваліфікації (найменування навчального закладу, вид документа, тема, дата видачі)
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1. Особи, які працюють за основним місцем роботи (в тому числі за внутрішнім сумісництвом)</b>							
1	Марчук Олена Олександрівна	Завідувач кафедри маркетингу та підприємництва	Вінницький торговельно-економічний інститут, 2005 р. Спеціальність: Маркетинг Кваліфікація: спеціаліст з маркетингу, маркетолог	Кандидат економічних наук, 2013 р. Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Тема дисертаційної роботи: «Стабілізація розвитку національної економіки на основі переорієнтації національної економіки»	Маркетинг, 84 Маркетинг промислового підприємства, 50 Маркетинг у банках, 40 Національна економіка, 48 Маркетингові інновації, 32	1. Башнянин Г.І. Персоорієнтація грошово-кредитної політики за умов трансформаційних змін в економіці України / Г.І. Башнянин, О.Ю. Носов, О.О. Марчук, Т.П. Бабійчук: монографія – Львів: Видавництво «Ліга - Прес», 2014. – С. – 204 с. 2. Марчук О.О. Тактичні цілі грошово-кредитної політики та їхня роль у реалізації проміжних і стратегічних цілей / О.О. Марчук // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. - Львів : ПВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.9. – С.198-203. 3. Марчук О.О. Цілі грошово-кредитної політики / О.О. Марчук // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. – Львів : ПВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.10. – С.182-188. 4. Марчук О.О. Економічний зміст та значення грошово-кредитної політики / О.О. Марчук // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. – Львів : ПВВ НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.11. – С.175-181. 5. Марчук О.О. Реструктуризація доходів державного бюджету в системі антикризового управління фінансовою системою / О.О. Марчук: матеріали міжвузівської наук.-практ. конференції 04 березня 2011 р. – Львів : Сподом, 2011. – С.32-36. 6. Марчук О.О. Операції на відкритому ринку як активний інструмент грошово-кредитної політики / О.О. Марчук // Современные направления теоретических и прикладных исследований 2011: Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции. Том 10. Экономика. – Одесса: Черноморье. – 2011. – С.67-68. 7. Марчук О.О. Методи та інструменти грошово-кредитної політики / О.О. Марчук // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. Випуск 262: В. 12 Т. – Т. XI. –	Захист кандидатської дисертації, 2013 р. Львівська комерційна академія

Голова експертної комісії 

В. П. Пилипчук

						Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – С.2753-2760. 8. Марчук О.О. Розвиток інформаційної структури регіону на умовах відкритості органів місцевого самоврядування щодо функціонування соціальної сфери / О.О. Марчук // Науковий вісник ВКІ «Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». Статті учасників VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 16-17 березня 2015 р. – Вінниця: ТОВ «Меркьюрі – Поділля», 2015. – С.116-119. Керівник студентського наукового гуртка «Маркетолог».	
2	Вознюк Таїса Костянтинівна	Доцент кафедри маркетингу та підприємництва	Вінницький торговельно-економічний інститут, 1991 р. Спеціальність: Товарознавство і організація торгівлі непродовольчими товарами Кваліфікація: товарознавець вищої категорії	Кандидат економічних наук, 2015 р. Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами діяльності) Тема дисертаційної роботи: «Управління якістю продукції на підприємствах легкої промисловості»	Товарознавство, 42 Поведінка споживача, 38 Маркетинг закупівель, 28 Системи технологій промисловості, 18	1.Вознюк Т.К. Проблеми та перспективи розвитку соціальної держави в Україні / Т.К. Вознюк // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2011. – Т. 2, № 2. – С.300-311. 2. Вознюк Т.К. Модель споживчої оцінки якості продукції легкої промисловості / Т.К. Вознюк // Науковий збірник «Економічний простір» / Придністровська державна академія будівництва та архітектури. – 2012. – № 67. – С. 60-65. 3. Вознюк Т.К. Підвищення управління якістю продукції підприємств легкої промисловості / Т.К. Вознюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 3, № 2. – С. 17-19. 4. Вознюк Т.К. Загальні економічні тенденції інноваційного розвитку економіки в умовах інтеграції в міжнародний економічний простір / Т.К. Вознюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – Т.4, № 5. – С. 11-14. 5. Вознюк Т.К. Якість продукції як економічна категорія та об'єкт управління / Т.К. Вознюк// Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу і статистики / Тернопільський національний економічний університет. – 2011. – Випуск 9, Ч.3. – С.62-66. 6. Вознюк Т.К. Поліпшення якості продукції – важливий напрям підвищення ефективності суспільного виробництва / Т.К. Вознюк // European Applied Sciences. Німеччина. Журнал EAS – 8. – 2013. ЭВ.zip. 7. Вознюк Т.К. Основні аспекти управління якістю продукції на підприємствах легкої промисловості / О.О. Орлов Т.К. Вознюк // Збірник «Наукові праці Полтавської державної аграрної академії» – Полтава: ПДАА. –2014. – Вип. 1(8). – Т.1. – С. 74-7.	Захист кандидатської дисертації, 2015 р. Хмельницький національний університет
3	Дибчук Людмила Василівна	Доцент кафедри маркетингу та підприємництва	Вінницький інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, 2007 р. Спеціальність:	Кандидат історичних наук, 2007 р. Спеціальність 07.00.01 – історія України Тема дисертаційної роботи: «Внесок	Маркетингові комунікації, 54 Університетська освіта, 10 Маркетинг послуг, 49	1. Дибчук Л.В. Концепція формування маркетингової стратегії розвитку промислових підприємств / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 4, № 5. – С.139-142. 2. Дибчук Л.В. Теоретичні і практичні аспекти підготовки маркетологів у ВНЗ / Л.В. Дибчук // Нові технології навчання: наук.-метод. зб. / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти. Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Академія	Стажування: Київський університет ринкових відносин, факультет економіки і права

			<p>Економіка підприємства Кваліфікація: магістр з економіки підприємства Тернопільська академія народного господарства, 2003 р. Спеціальність: Фінанси Класифікація: економіст за спеціальністю фінанси Вінницький державний педагогічний університет ім. Михайла Коцюбинського, 1999 р. Спеціальність: Всесвітня історія Кваліфікація: вчитель історії та правознавства</p>	<p>української діаспори Канади та країн Латинської Америки в розвитку економіки і культури незалежної України (1991 – 2005 рр.)»</p>		<p>міжнародного співробітництва з креативної педагогіки. В 2-х ч. – Київ. – Вип. 73. Ч. П. – 2012. – С. 75-78. 3. Дибчук Л.В. Місце брендінгу в сучасних маркетингових концепціях / Л.В. Дибчук // Науковий вісник ВКІ «Проблеми розвитку економічних, соціальних, інформаційних зв'язків та кооперації». – Вінниця, – 2013. – С. 363-373. 4. Дибчук Л.В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств Укоопспілки шляхом впровадження власних торгових марок / Л.В. Дибчук, В.В. Каправий // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013 р. – Т. 2, № 6. – С. 151-154. 5. Дибчук Л.В. Використання наскрізних завдань при проведенні практичних робіт з дисципліни «Маркетингові дослідження» / Л.В. Дибчук, О.В. Пітків // Шляхи підвищення ефективності навчального процесу у вищому навчальному закладі: науково-методична конференція, 18 грудня 2013. Вінниця. – 2013. – С. 132-136. 6. Дибчук Л.В. Мотивація споживача як чинник діяльності підприємства Науковий вісник ВКІ «Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах». 2014. – С. – 189-193. 7. Дибчук Л.В. Креативний компонент інтелектуального розвитку творчої особистості в процесі навчання у кооперативних вищих навчальних закладах / Л.В. Дибчук // KULTUROWE ASPEKTY EDUKACJI INSTYTUT STUDIOW NAD FILOZOFIA SŁOWIANSKA IM. SW. CZRZŁA I METODEGO. – Warszawa, 2014. 8. Дибчук Л.В. Сутність та особливості формування інтегрованих маркетингових комунікацій / Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – Т. 2, № 5. – С. 54-56. 9. Дибчук Л.В. Управління часом маркетологів як складова ефективного само менеджменту / Л.В. Дибчук, О.В. Пітків // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2015, № 9 – С. 412-414. 10. Дибчук Л.В. Організація комунікаційної діяльності на промислових підприємствах / Л.В. Дибчук // Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар., м. Вінниця, 15 квітня 2015 р.: у 3-х т. – Т.1 / редкол.: ВНИИ ТЕУ. – Тернопіль. – 2015. – С. 100-103. Керівництво студентською науковою роботою: IX-XII науково-практична конференція студентів ВНЗ Укоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства» (привоз місяця зайняли: Шабатура Олена, Крученко Тетяна, Бучинський Денис, Герасименко Інна,</p>	<p>Довідка про стажування від 26.12.2011 р.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

Голова експертної комісії



В. П. Пиличук



						<p>Іскра Тетяна, Яковлева Дар'я, Пісун Артур, Лавріненко Вікторія), (м. Вінниця, 2012 р., м. Мукачево, 2013 р., м. Тернопіль, 2014 р., м. Київ, 2015 р.)</p> <p>III Регіональний конкурс студентських проєктів у соціальній сфері. Номінація «Візитівка міста», Крученюк Тетяна, III місце (м. Хмельницький, ХНУ, 2011 р.)</p> <p>Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт «Сучасна соціально-економічна та правова-демократична ситуація в Україні. Шляхи розвитку України очима молоді». В номінації «Рекламні та комунікативні технології як інструмент впливу на суспільство». Кравець Денис, II місце. (м. Хмельницький, ХНУ, 2015 р.)</p> <p>Опубліковано понад 25 статей із студентами</p>	
4	Мацера Світлана Миколаївна	Доцент кафедри маркетингу та підприємництва	<b>Київський торговельно-економічний інститут, 1986 р.</b> Спеціальність: Товарознавство і організація торгівлі продовольчими товарами Кваліфікація: товарознавець вищої кваліфікації	<b>Кандидат економічних наук, 2012 р.</b> <b>Спеціальність 08.00.03</b> – економіка та управління національним господарством Тема дисертаційної роботи: «Засади активізації акціонерного капіталу в корпоративному секторі економіки України»	Макроекономіка, 26 Місцеві фінанси, 34 Фінансовий ринок, 28 Інфраструктура товарного ринку, 60	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мацера С.М. Теоретичні аспекти організації акціонерного капіталу / С. М. Мацера // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – 2011. – Вип. 21.7. – С. 220-225.</li> <li>2. Мацера С.М. Корпоративні облігації як джерело формування акціонерного капіталу товариства / С. М. Мацера // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – 2011. – Вип. 21.8. – С. 245-250.</li> <li>3. Мацера С.М. Фінансова вартість акціонерного капіталу та методи її оцінки / С. М. Мацера // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 241-247.</li> <li>4. Мацера С.М. Дослідження теорії структури капіталу корпорації / С. М. Мацера // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Вип. 266. – Т. 3. – Дніпропетровськ, 2011. – С. 630-638.</li> <li>5. Мацера С.М. Оптимальність структури капіталу підприємства як запорука його фінансової стійкості / С. М. Мацера // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 4. – Вип. 6. – С.316-320.</li> <li>6. Мацера С.М. Функціональні форми сучасних грошей / С.М. Мацера, О. Р. Процишин, Г. Є. Шпаргало // Науковий вісник НЛТУ України: Зб. наук.-техн. праць. – 2010. – Вип. 20.13. – С. 204-209.</li> <li>7. Мацера С.М. Аналіз і світова практика застосування традиційних методів грошово-кредитного регулювання грошей / С. М. Мацера, Г. Є. Шпаргало, О. Р. Процишин // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. – 2010. – Вип. 20.14. – С. 224-233.</li> <li>8. Мацера С.М. Особливості становлення та загрози розвитку корпоративних структур національної економіки / С.М. Мацера // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади». – 2015. – С. 67-70.</li> </ol>	<b>Захист кандидатської дисертації, 2012 р.</b> Львівська комерційна академія
5	Тимофєєв Дмитро Геннадійович	Викладач кафедри маркетингу	<b>Вінницький торговельно-економічний</b>		Маркетингове ціноутворення Менеджмент	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тимофєєв Д.Г. Управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах ринкової економіки / Д.Г. Тимофєєв // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні</li> </ol>	<b>Здобувач наукового ступеня</b>

Голова експертної комісії



В. П. Пилипчук

		та підприємства	інститут Київського національного торговельно-економічного університету, 2007 р. Спеціальність: економіка підприємства Кваліфікація: магістр з економіки підприємства, економіст			науки. – 2010. – Т. 4, № 6. – С.151-154. 2. Управління системою маркетингових комунікацій туристичних підприємств / Л.В. Дибчук, Д.Г. Тимофеев // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Економіка регіону: структура, особливості, динаміка розвитку». Вінниця. – 2010 р. – С. 289-295. 3. Тимофеев Д.Г. Сучасні тенденції застосування маркетингового ціноутворення в практичній діяльності українських підприємств / С.В. Ковальчук, Д.Г. Тимофеев // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т. 4, №4. – С. 85-89. 4. Тимофеев Д.Г. Реклама – як один з елементів інтегрованих маркетингових комунікацій / Д.Г. Тимофеев, Є.А. Шагінян // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. Економічні науки. – 2011. – С. 115-120. 5. Тимофеев Д.Г. Використання PRIVAT LABEL як засоби підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації / Д.Г. Тимофеев, В.В. Капраний // Науковий вісник ВКІ «Проблеми розвитку економічних, соціальних, інформаційних зв'язків та кооперації». – Вінниця, 2013. – С. 46-50. Керівник студентського наукового гуртка «Сучасний менеджер».	кандидата наук при кафедрі маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету Тема: «Маркетингове ціноутворення легкої промисловості» <b>Стажування:</b> Вінницький соціально-економічний інститут Відкритого міжнародного університету розвитку людини Україна, кафедра економіки та менеджменту. Довідка про стажування від 27.04.2013 р.
6	Тимофеева (Ярова) Юлія Михайлівна	Викладач кафедри маркетингу та підприємства	Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, 2008 р. Спеціальність: економіка підприємства Кваліфікація: магістр з економіки підприємства, економіст	Інфраструктура товарного ринку	1. Ярова Ю.М. Державна підтримка підприємницької діяльності в аграрному секторі України / Ю.М. Ярова, О.О. Прутська // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Економічні науки. – Вінниця. – 2013. – Випуск 1 (76). – Т. 1. – С. 112-122. 2. Ярова Ю.М. The condition of enterprising potential of rural housing estates in Ukraine / Julia Yarova // L'ASSOCIATION 1901 "SEPIKE", 8, ALLÉE DE MARGIGNY, F-86000 POITIERS – FRANCE – 2014. – S. 201-204. 2. Ярова Ю.М. Оптимізація виробничого потенціалу підприємства шляхом випуску продукції / Ю.М. Ярова // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Проблеми розвитку економічних, соціальних, інформаційних зв'язків та кооперації». – Вінниця, 2013. – С. 493-501. 3. Ярова Ю.М. Ефективність державної підтримки підприємницької діяльності малого бізнесу / Ю.М. Ярова, Ю.Б. Ляницька // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Економіка: сучасні проблеми та перспективи розвитку в кризових умовах» / ВКІ. – Вінниця, 2014. – С. 86 – 88.	Аспірантка Вінницького національного аграрного університету Тема: «Підприємницький потенціал сільських територій та його використання» <b>Стажування:</b> Торговельне підприємство «Атлант», відділ збуту. Довідка про	

					4. Ярова Ю.М. Фактори впливу на підприємницький потенціал аграрного підприємства / Ю.М. Ярова // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. – 2014. – С.143-145. Керівник студентського наукового гуртка «Сучасний менеджер».	стажування від 31.08.2012 р.
7	Шагіня Світлана Альбертівна	Викладач кафедри маркетингу та підприємництва	Тернопільський національний економічний університет, 2009 р. Спеціальність: економіка підприємства Кваліфікація: магістр з економіки підприємства	Маркетинг послуг, Маркетингові комунікації	1. Шагіня С.А. Управління маркетинговою діяльністю підприємств в умовах ринкової економіки / С.А. Шагіня, Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – Т. 4, № 6. – С. 151-154. 2. Шагіня С.А. Концепція формування маркетингової стратегії розвитку машинобудівних підприємств / С.А. Шагіня, Л.В. Дибчук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – Т.6, № 5. – С. 230-239. 3. Шагіня С.А. Оптимізація системи маркетингового керування комерційною діяльністю торгової організації / С.А. Шагіня, К.Д. Якимчук // Регіональна бізнес-економіка та управління: науковий, виробничо-практичний журнал Вінницького фінансово-економічного університету. – 2011. – С. 24-34. 4. Шагіня С.А. Економічна суть та ринкові переваги методу прямих продаж товарів та послуг / С.А. Шагіня // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Держави світу та України у нових реаліях: соціальні, економічні, екологічні та правові орієнтири розвитку». – Вінниця. – 2012. – С.272-275. 5. Шагіня С.А. Теоретичні і практичні аспекти підготовки маркетологів у ВНЗ: Нові технології навчання / С.А. Шагіня // Наук. метод. збірник Інституту інноваційних технологій і змісту освіти. Мін. освіти і науки, молоді та спорту України, Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки. В 2-х ч. – Київ. – Вінниця. – 2012. – Вип. 73. Част. 2. – С. 75-78 6. Шагіня С.А. Місце брендінгу в сучасних маркетингових концепціях / С.А. Шагіня // Науковий вісник Вінницького кооперативного інституту «Проблеми розвитку економічних, соціальних, інформаційних зв'язків та кооперації». – Вінниця. – 2013. – С. 363-373. Керівник студентського наукового гуртка «Маркетолог»	Здобувач наукового ступеня кандидата наук при кафедрі маркетингу і товарознавства Хмельницького національного університету Тема: «Маркетингове оцінювання інвестиційної привабливості машинобудівних підприємств» Стажування: Торговий Дім «Автоцентр Поділля», відділ маркетингу. Довідка про стажування від 01.12.2012 р.

**6. Матеріально-технічне забезпечення навчального процесу підготовки бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» з напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг»**

Навчальний корпус Інституту спеціально побудований у 1976 році за рахунок кооперативних коштів за дольовою участю всіх райспоживспілок області. Будівля цегляна, 4-х поверхова, розрахована на 3165 студентів.

Згідно даних санітарно-технічного паспорту, затвердженого в.о. ректора Вінницького кооперативного інституту та погодженого з Головним санітарним лікарем м. Вінниці, площа всіх приміщень, що використовуються у навчальному закладі, становить 9837 кв. м., загальна площа навчальних приміщень – 5646,6 кв. м. Навчальна площа у розрахунку на одного студента денної форми навчання становить 7,9 кв. м., що дозволяє здійснювати відповідну освітню діяльність.

Будівлі (навчальний корпус та гуртожиток) забезпечені відповідними інженерно-технічними комунікаціями, які знаходяться у робочому стані та надійно експлуатуються. Навчальні й адміністративно-службові приміщення відповідають санітарним та будівельним нормам, ДБН В.2.2-3-97 «Будинки та споруди навчальних закладів», затвердженим наказом Держкоммістобудування України від 27.06.1996 р. № 117, а також нормативним документам, що регламентують порядок проведення освітньої діяльності.

Навчальний процес здійснюється у 42 навчальних кабінетах та лекційних залах, 8 лабораторіях. Для забезпечення виконання навчального плану з напрямку підготовки «Маркетинг» використовуються 2 спеціалізовані комп'ютерні лабораторії.

Усі навчальні кабінети забезпечені сучасним обладнанням, устаткуванням, технічними засобами, необхідними для виконання навчальних планів і програм; мають повний комплекс методичного забезпечення дисциплін: нормативні документи, посібники, завдання для виконання практичних робіт, самостійного вивчення програмного матеріалу, бланки облікових документів, наочне приладдя тощо.

На власному web-сайті навчального закладу систематично оновлюється інформація щодо організації освітнього процесу. Систематизовані та розміщені на web-сайті дистанційні курси з переважної кількості дисциплін навчального плану напрямку підготовки «Маркетинг».

Навчальний заклад поступово розвиває матеріальну базу. Оновлення матеріальної бази навчального закладу відбувається щорічно. У минулому навчальному році оновлено комп'ютерне забезпечення. Заходи, пов'язані з удосконаленням навчально-матеріальної бази, проводяться за рахунок власника – Вінницької облспоживспілки та позабюджетних коштів навчального закладу. У поточному навчальному році – зроблено капітальний ремонт приміщення буфету.

Навчально-матеріальна база навчального закладу та перспективи її розвитку загалом забезпечують проведення на високому рівні лекційних та практичних занять, передбачених діючими програмами підготовки бакалаврів з напрямку підготовки

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук



«Маркетинг».

Інститут має власні об'єкти соціальної інфраструктури, зокрема гуртожиток на 400 місць, де розміщено кафетерій, медпункт, стоматологічний кабінет. У навчальному корпусі є спортивна зала площею 432 кв. м.; актові зала на 600 місць; кафетерій та буфет.

Для інформаційного забезпечення інститут має бібліотеку з книжковим фондом 72,5 тис. томів літератури, в тому числі навчальної – 47,2 тис., читальну залу на 120 місць.

Бібліотечний фонд для забезпечення викладачів та студентів напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг» налічує 5102 примірників підручників та навчально-методичних посібників, що становить 100% необхідної кількості для підготовки фахівців. Забезпечення навчальними підручниками, посібниками, довідковою та іншою навчальною літературою, передбаченими навчальним планом підготовки бакалаврів з напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг», відповідає акредитаційним вимогам. Періодичні видання, які використовуються під час опанування дисциплін напрямом підготовки «Маркетинг», подано в табл. 4.

Читальна зала бібліотеки укомплектована комп'ютерною технікою, комп'ютери, які об'єднані в локальну мережу з власним сервером. Завдяки цьому студенти отримали ширші можливості пошуку літератури. Крім того, читачі бібліотеки користуються електронними підручниками і посібниками, комп'ютерними програмами й ресурсами локальної та глобальної комп'ютерних мереж. У навчальному процесі широко використовуються ресурси Інтернет, відкрита вільна зона WI-FI. Використовується ліцензоване програмне забезпечення.

Таблиця 4

Перелік фахових періодичних видань для студентів напрямом підготовки 6.030507 «Маркетинг»

№ з/п	Найменування фахового періодичного видання	Роки надходження
1	2	3
1.	Газета «Голос України»	2012-2015
2.	Газета «Урядовий кур'єр»	2012-2015
3.	Газета «Вісті центральної спілки споживчих товариств України»	2012-2015
4.	Газета «Споживач інфо»	2012-2015
5.	Журнал «Інтелектуальна власність»	2012-2015
6.	Журнал «Офіційний вісник України»	2012-2015
7.	Журнал «Мир продуктів»	2012-2015
8.	Журнал «Маркетинг в Україні»	2012-2015
9.	Журнал «Економіст»	2012-2015
10.	Журнал «Економіка України»	2012-2015
11.	Журнал «Дивослово»	
12.	Журнал «Філософська думка»	2012-2015
13.	Журнал «Безпека життєдіяльності»	2012-2015

Голова експертної комісії



В. П. Пиличук

**Висновок.** Експертна комісія, ознайомившись зі станом матеріально-технічної бази інституту, констатує її достатній рівень для організації освітнього процесу, здійснення наукових досліджень, організації самостійної та практичної підготовки студентів, їх проживання у гуртожитку, що відповідає сучасним вимогам підготовки фахівців напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг». Позитивним моментом є наявність власних приміщень (навчального корпусу та гуртожитку).

**7. Якість підготовки, науково-дослідна діяльність та міжнародні зв'язки кафедри маркетингу та підприємництва, яка забезпечує підготовку бакалаврів галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»**

Якість підготовки бакалаврів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» характеризується показниками успішності за результатами виконання комплексних контрольних робіт, курсової роботи, за результатами останньої екзаменаційної сесії, виробничої практики, а також підсумкової атестації.

Узагальнені показники абсолютної успішності студентів з даного напряму підготовки за результатами останньої екзаменаційної сесії складають 100%, якісної – 57,4%. З метою оцінки якісної підготовки студентів проведені комплексні контрольні роботи з таких нормативних дисциплін навчального плану: історія України, макроекономіка, менеджмент, логістика, маркетинг послуг.

За результатами проведення ККР під час контрольних вимірювань залишкових знань студентів (додаток 2) успішно виконані контрольні роботи з циклу гуманітарної та соціально-економічної підготовки становили 100,%; якісно – 54,2 %; з природничо-наукової (фундаментальної) підготовки – 97,7% та 53,5% відповідно; з спеціальної (фахової) підготовки – 100% та 55,8%, що відповідає вимогам щодо акредитації.

Рівень виконання комплексних контрольних робіт, проведених під час роботи експертної комісії, характеризується такими показниками: з циклу гуманітарної та соціально-економічної підготовки загальна успішність становила 100 %, що відповідає показнику самоаналізу, якісна – 50 %, що на 4,2 % нижче відповідного показника самоаналізу; з циклу природничо-наукової (фундаментальної) підготовки абсолютна успішність становила 97,3 % (на 0,4 % нижче показника самоаналізу), якісна – 54,1% (на 0,6 % вище результату самоаналізу); з спеціальної (фахової) підготовки абсолютна успішність становила 100 %, якісна – 51,4 % (на 4,4 % нижче результату самоаналізу). Отже, розбіжність між результатами самоаналізу та контрольними вимірюваннями щодо якісних показників становить -2,4%.

Аналіз результатів комплексних контрольних робіт свідчить, що викладачі вимогливо ставляться до оцінки рівня знань та вмінь студентів: розбіжність оцінок самоаналізу та контрольних замірів знаходяться у межах допустимої похибки (3%) (додаток 1). Показники абсолютної та якісної успішності з кожного циклу дисциплін відповідають критеріям щодо акредитації підготовки фахівців даного напряму. Студенти в цілому успішно засвоїли програмний матеріал, виявили достатній рівень

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук

теоретичних знань і практичних навичок в обсязі, передбаченому навчальними програмами, вміють використовувати довідкову та нормативну літературу, самостійно розв'язувати задачі, вирішувати виробничі та проблемні ситуації.

Результати виконання комплексних контрольних робіт, показники останньої екзаменаційної сесії як під час самоаналізу, так і у період проведення акредитаційної експертизи, свідчать про те, що рівень підготовки бакалаврів з напрямку підготовки 6.030507 «Маркетинг» відповідає акредитаційним вимогам підготовки вказаних фахівців.

Діючим навчальним планом у 2 семестрі передбачено виконання курсової роботи з Політекономії, у 4 семестрі – з Маркетингу, у 6 семестрі – з Маркетингової товарної політики, у 8 семестрі – з Маркетингових комунікацій. Переверіено наявність тематики і змісту курсових робіт та методичних рекомендацій до їхнього виконання і оцінювання.

Встановлено, що у процесі виконання курсових робіт студентами аналізуються теоретичні, статистичні та первинні джерела, вивчаються структура та функції маркетингової служби, посадові інструкції фахівців з маркетингу, досліджується система маркетингової інформації підприємства, аналізуються номенклатура та асортиментний перелік товарів, прайс-листи, схеми товароруку, плани рекламних заходів підприємства, проводяться ринкові дослідження тощо. Більшість робіт містять практичні результати управління маркетингової діяльності підприємств та установ.

Розгляд курсових робіт (20%) за 2015 рік з дисципліни «Маркетингові комунікації» показав:

- висновки та пропозиції окремих робіт не є глибинними, а мають звичайний описовий характер;

- до курсової роботи студента Піскуна А.Б. з теми «Організація маркетингової комунікаційної діяльності підприємства» суттєвих зауважень немає;

- курсова робота студента Кравця Д.М. на тему: «Стимулювання збуту як інструмент маркетингової політики комунікацій» містить зауваження щодо оформлення графічного матеріалу, виявлена невідповідність оформлення списку використаних джерел вимогам стандартів;

- тема курсової роботи Пшеничного І.І. «Планування і реалізація рекламної діяльності на підприємстві» повністю не розкрита, є зауваження щодо оформлення роботи та перенасичена теоретичним матеріалом;

Розгляд курсових робіт (20%) за 2014 рік з дисципліни «Маркетингова товарна політика» показав:

- до курсової роботи студента Частоколяного С.П. на тему: «Моделі та методи сегментування ринку» суттєвих зауважень немає. Робота виконана відповідно до методичних рекомендацій: містить усі необхідні елементи, структурні розділи і підрозділи відповідають визначеній тематиці, характеризується індивідуальним підходом до її виконання;

- курсова робота Сакова В.С. на тему: «Ефективність маркетингової товарної політики підприємства» носить теоретичний характер та вказує на відсутність

Голова експертної комісії  В. П. Пиличук



навичок у студента пов'язувати теоретичні знання з їх практичним застосуванням. Тема роботи повністю не розкрита, є зауваження до оформлення, нумерація рисунків і таблиць не відповідає нумерації розділів.

В цілому експертна комісія підтверджує об'єктивність виставлених викладачами оцінок. Якість виконання курсових робіт, їхня тематика та зміст відповідають вимогам навчального плану і програмам відповідних дисциплін напряму підготовки «Маркетинг».

Відповідно до графіка навчального процесу у 8 семестрі з 19.01.2015 р. по 13.02.2015 р. студенти проходили виробничу практику. Викладачами кафедри маркетингу та підприємництва розроблені, розглянуті та затверджені на засіданні кафедри «Положення щодо проведення виробничої практики» та «Методичні рекомендації щодо проходження виробничої практики», (протокол науково-методичної ради ВКІ №1 від 28.08.2013 р.).

Захист звітів проходив 19.02.2015р. Абсолютний показник успішності виробничої практики становить – 100 %, якісна успішність – 80 %.

Базами виробничої практики є організації, підприємства й установи, що за профілем, обсягами і станом фінансово-господарської діяльності, матеріально-технічного забезпечення, рівнем організації виробничих процесів і управлінської діяльності, кваліфікаційним складом кадрового потенціалу забезпечують необхідні умови для досягнення мети і завдань практики.

Експертною комісією проведена вибіркова перевірка 20 % звітів з виробничої практики. Вибірковий аналіз здійснено за роботами студентів, які одержали оцінки «5», «4» і «3» – Новікової О.С., Стасіцького І.А., Поліщук В.Ю.

Встановлено, що студентами в основному дотримані вимоги щодо їхнього оформлення. Оцінки за результати проходження практики та звіти обгрунтовані. Однак, під час перевірки виявлено такі недоліки:

- порушений порядок оформлення таблиць, а саме: не всі таблиці містять назву, немає переносу таблиць, включені скановані матеріали;
- окремі питання звіту мають теоретичний характер (не містять практичного спрямування);
- деякі звіти містять висновки без пропозицій щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємств.

Оцінки викладачів інституту виставлені об'єктивно.

Відповідно до розпорядження Укркоопспілки «Про затвердження голів екзаменаційних комісій Вінницького кооперативного інституту» № 29-Р від 20.11.2015 р. та наказу в.о. ректора створена екзаменаційна комісія, яку очолює директор підприємства облспоживспілки «Госпрозрахунокове об'єднання ринків міста Вінниця» Іжевський В.В., кандидат економічних наук.

Атестація студентів напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» здійснюється відповідно до графіка навчального процесу. Результати атестації бакалаврів з маркетингу відповідають акредитаційним вимогам: загальна успішність у 2014-2015 н.р. становила 100%, якісна успішність з економічної теорії – 72,0%, комплексного екзамену з бакалаврату за фахом – 68,0%, у 2013-2014 н.р. – загальна успішність –

Голова експертної комісії  В. П. Пилишук

100%, якісна успішність з економічної теорії – 83,3%, комплексного екзамену з бакалаврату за фахом – 75,0%, у 2012-2013 н.р. загальна успішність – 100%, якісна успішність становила відповідно 68,4%.

Експертна комісія перевірила звіти голів державних кваліфікаційних комісій, їхні рекомендації щодо покращення змісту екзаменаційних завдань, направлених на підвищення рівня професійної підготовки бакалаврів. За останні три роки головами ДЕК були зроблені пропозиції щодо змісту практичних завдань комплексного кваліфікаційного екзамену, розробки заходів з підвищення рівня підготовки бакалаврів з маркетингу та надані рекомендації вступникам до магістратури кращим студентам. Підсумки комплексних кваліфікаційних екзаменів обговорювалися на засіданнях випускової кафедри (пр. №11 від 25.06.2014 р., №11 від 24.06.2015 р.).

Заслужує особливої уваги робота викладачів з обдарованою молоддю за такими напрямками: зацікавлення та заохочення студентів до поглибленого вивчення фахових дисциплін, залучення до спільних із викладачами проектів прикладного характеру, практичне застосування отриманих результатів на підприємствах споживчої кооперації. Результати такої роботи закріплені у протоколі кафедри № 4 від 25.11.2015 р.

Вінницька облспоживспілка має потребу у фахівцях з маркетингу, про що свідчать замовлення Вінницької облспоживспілки на підготовку напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» у Вінницькому кооперативному інституті на 2015-2019 рр., яке узагальнюється на підставі листів районних споживчих спілок та товариств Вінницької облспоживспілки про наявність робочих місць у системі споживчої кооперації та можливість працевлаштування випускників навчального закладу за напрямками підготовки та спеціальностями.

З метою сприяння працевлаштуванню випускників структурним підрозділом – Кадровою Агенцією – були укладені договори з наступними потенційними роботодавцями: АТ «Ощадбанк», ПАТ «ОТП Банк», ПАТ «Укрсиббанк», ТОВ «Феолан», компанія «Аксіома», ТОВ Датакол, центр розвитку персоналу «Геліос», ПАТ «Концерн Хлібпром», ТОВ НВП «Аргон», консалтингова група «Адьютор», ВФКБ «Приватбанк».

Випускники напряму підготовки «Маркетинг» працюють на провідних підприємствах міста та області, зокрема у: ТОВ НВП «Аргон», гіпермаркет «Епіцентр-К», ПАТ Вінницький консервний завод, ПАТ Укртелеком, Козятинська РСС, Гайсинське РСТ.

В інституті розроблена Програма внутрішньої системи забезпечення якості освіти, відповідно до якої визначені пріоритетні напрями діяльності та заходи Вінницького кооперативного інституту з реалізації цієї системи.

У вересні та січні кожного навчального року завідувачем кафедри складається зведений графік ректорських контрольних робіт, який надається декану факультету. Експертною комісією здійснено перевірку щодо відповідності дотримання графіка проведення ректорських контрольних робіт. Було встановлено, що графіки їх проведення розглянуто і затверджено на засіданнях кафедри протоколами №1 від 28.08.2015р. та № 6 від 29.01. 2016 р. У I семестрі 2015-2016 навчального року було

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук

заплановано та проведено ректорські контрольні роботи з дисциплін навчального плану. За результатами проведеного аналізу контрольних робіт встановлені наступні показники якісної успішності: Логістика – 60,0 %, Міжнародна економіка – 50,0 %, Інформаційні системи та технології в маркетингу – 47%, Фінанси – 46,2 %, Соціологія – 53,0 %, Маркетингові комунікації – 50,0 %, Маркетинг промислового підприємства – 54,0 %, Маркетинг послуг – 50,0 %. Результати виконання робіт обговорені на засіданні кафебри маркетингу та підприємництва і вченої ради інституту (пр.№4 від 25.11.2015 р.)

Робота викладачів кафедри спрямована на забезпечення високого рівня підготовки фахівців, удосконалення організації навчально-виховного процесу, методики викладання, формування професійних знань, умінь, навичок, економічного та наукового мислення студентів.

За результатами наукових досліджень викладачів кафедри маркетингу та підприємництва у 2011-2016 рр. було опубліковано понад 130 статей та тез доповідей у вітчизняних виданнях, з них 50 – у виданнях, включених до переліку фахових видань.

Викладачі кафедри постійно беруть участь у підготовці студентів других-п'ятих курсів до участі у конференціях: всеукраїнської науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Креативне бачення української законотворчості очима майбутнього фахівця» (ВКІ, 2011 р.), науково-практичній конференції студентів, магістрантів та аспірантів «Економічна стратегія держав світу та України: основні напрями, проблеми, перспективи» (ВКІ, 2012 р); міжнародної науково-практичної конференції студентів, магістрантів та аспірантів «Науковий потенціал студентської молоді - розвитку суспільства, науки, виробництва» (ВКІ, 2013 р.), науково-практичній конференції студентів, магістрантів та аспірантів «Народ, держава, власність, ресурси, регіональний розвиток» (ВКІ, 19.03.14 р.), студентській науково-практичній конференції «Світ молоді – молодь світу» (ВКІ, 12.11.14 р.), Міжнародній науково-теоретичній конференції молодих учених, аспірантів, студентів «Творчий пошук молоді – курс на ефективність» (Хмельницький кооперативний інститут, 2015 р).

**Міжнародна діяльність** науково-педагогічних працівників здійснюється відповідно до підписаних угод про співпрацю з вищими навчальними закладами Російської Федерації: Белгородським університетом споживчої кооперації, Міжнародним інститутом управління (м. Архангельськ) та Московською сільськогосподарською академією імені К.А. Тімірязєва, двома науковими закладами Республіки Польщі: Вищою школою Хуманітас (м. Сосновець), Інститутом «Вшехніца Свентокшиска» (м. Кельце).

В.о. ректора інституту Драбовський А.Г. входить до наукової ради журналу «Суспільство і освіта – міжнародні гуманістичні студії» (м. Легніца, Польща).

Водночас акредитаційна комісія звертає увагу на наявність потенціалу кафедри маркетингу та підприємництва щодо розвитку міжнародного наукового співробітництва, розширення кола міжнародних зв'язків шляхом підписання угод про співпрацю з кафедрами маркетингу провідних вищих навчальних закладів.

Голова експертної комісії  В. П. Пилипчук



**Висновок.** Аналіз виконаних ККР, якість виконання та об'єктивність оцінювання курсових робіт, звітів з виробничої практики дозволяє констатувати, що в цілому якість підготовки бакалаврів за напрямом «Маркетинг» у Вінницькому кооперативному інституті відповідає акредитаційним вимогам. Екзаменаційна документація відповідає вимогам державних стандартів. Аналіз рівня підготовки студентів свідчить, що науково-педагогічний колектив навчального закладу забезпечує якісну підготовку фахівців відповідного освітнього ступеня.

#### **8. Перелік зауважень (приписів) контролюючих органів та заходи щодо їх усунення**

У період з 2010 р. по 2015 р. контролюючими органами: контрольно-ревізійним управлінням у Вінницькій області, Головним управлінням статистики у Вінницькій області, контрольно-ревізійним відділом у Козятинському районі Вінницької області, контрольно-ревізійним управлінням у Вінницькій області, Головним управлінням юстиції у Вінницькій області, Державною фінансовою інспекцією у Вінницькій області, Ревізійною комісією Вінницької облспоживспілки були здійснені перевірки діяльності навчального закладу. Під час перевірок суттєвих порушень виявлено не було, вказані недоліки усунені.

До навчального закладу протягом міжакредитаційного періоду претензій від юридичних та фізичних осіб щодо освітньої діяльності не надходило.

Під час проведення попередньої акредитаційної експертизи (2011 р.) експертною комісією МОН України були висловлені окремі зауваження та пропозиції щодо покращення діяльності навчального закладу, які не вплинули на загальний висновок. Адміністрацією навчального закладу протягом міжакредитаційного періоду проведена робота щодо виконання рекомендацій, висловлених експертами, та удосконалення якості підготовки фахівців з маркетингу.

Слід відмітити поліпшення якісного складу науково-педагогічних працівників навчального закладу загалом та випускової кафедри. Так, протягом міжакредитаційного періоду 18 викладачів навчального закладу захистили кандидатські дисертації та 1 – докторську.

Бібліотекою навчального закладу проводиться постійна робота щодо вдосконалення інформаційно-бібліографічного забезпечення навчального процесу відповідно до навчальних програм. Значна увага приділяється доукомплектуванню бібліотечного фонду для підготовки фахівців напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» навчальною літературою. Систематично закуповується навчальна література та заплановано й в подальшому поповнювати бібліотечний фонд новітніми підручниками і посібниками.

Бібліотечний фонд поповнився також за рахунок монографій та посібників, виданих науково-педагогічними працівниками інституту. Зокрема, було підготовлено та видано 9 монографій та 3 навчальні посібники, у тому числі – один з грифом МОН.

Голова експертної комісії



В. П. Пилишчук

З часу проведення попередньої акредитаційної експертизи активізована науково-дослідна робота викладачів та студентів.

Щорічно на базі навчального закладу проводяться студентські, науково-методичні та науково-практичні конференції, за підсумками яких видаються наукові збірники. Протягом міжакредитаційного періоду викладачі кафедри маркетингу та підприємництва брали активну участь у таких конференціях.

У 2015 році науково-педагогічними працівниками Інституту опубліковано 76 наукових статей, зокрема у фахових виданнях України – 13, зарубіжних виданнях – 7; підготовлено і видано V том науково-документальної книги «Реабілітовані історією». В.о. ректора інституту Драбовський А.Г. входить до наукової ради журналу «Суспільство і освіта – міжнародні гуманістичні студії» (м. Легніца, Польща).

### **9. Загальні висновки і пропозиції експертизи**

Розглянувши подані Вінницьким кооперативним інститутом акредитаційні матеріали щодо надання освітніх послуг, пов'язаних з одержанням вищої освіти за освітнім ступенем «бакалавр» напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» та провівши аналіз офіційних документів, матеріально-технічного, навчально-методичного, кадрового, комп'ютерного та інформаційного забезпечення, оцінивши якість знань студентів та провівши зрізи знань студентів, експертна комісія встановила, що умови здійснення програми освітньої діяльності, зазначеного вище напряму підготовки в інституті у цілому відповідають встановленим акредитаційним вимогам Міністерства освіти і науки України та забезпечують державну гарантію якості освіти.

З метою удосконалення освітньої діяльності експертна комісія рекомендує:

- посилити роботу щодо якісного підвищення кваліфікації викладачів кафедри шляхом проходження їх стажування у провідних вітчизняних навчальних закладах, де застосовуються передові інноваційні методи викладання;

- активізувати видання навчальних та електронних посібників з основних фахових дисциплін, які викладаються кафедрою маркетингу та підприємництва;

- забезпечити підвищення ефективності наукової роботи студентів, активізувати їхню участь у всеукраїнських олімпіадах, наукових семінарах та інших заходах з маркетингу;

- збільшити кількість публікацій наукових праць викладачів кафедри у міжнародних наукових виданнях, а також виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних (Skopus, Coreniscus, РІНЦ тощо);

- забезпечити впровадження комп'ютерного тестування з усіх дисциплін фахової підготовки бакалаврів з маркетингу;

- посилити профорієнтаційну роботу кафедри для більш повного забезпечення контингенту студентів відповідно ліцензованого обсягу.

Висловлені зауваження не впливають на загальне позитивне рішення експертної комісії.

Експертна комісія вважає доцільним пропонувати акредитувати напрям підготовки 6.030507 «Маркетинг» за освітнім ступенем «бакалавр» у Вінницькому

Голова експертної комісії  В. П. Пиличук

кооперативному інституті з ліцензійним обсягом 25 осіб денної та 75 заочної форм навчання.

Таким чином, за результатами проведеної експертизи на місці експертна комісія дійшла висновку щодо можливості акредитації підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» у Вінницькому кооперативному інституті.

### Голова експертної комісії:

**Пилипчук Володимир Петрович,**

заступник завідувача кафедри маркетингу,  
Державного вищого навчального закладу

«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,

кандидат економічних наук, професор



**В. П. Пилипчук**

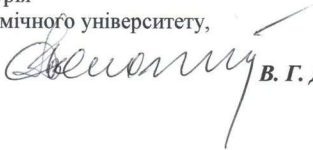
### Члени комісії:

**Дем'янишин Василь Григорович,**

професор кафедри фінансів ім. С. І. Юрія

Тернопільського національного економічного університету,

доктор економічних наук, професор



**В. Г. Дем'янишин**

**Нікіфоров Петро Опанасович,**

завідувач кафедри фінансів і кредиту

Чернівецького національного університету ім. Юрія Федьковича,

доктор економічних наук, професор



**П. О. Нікіфоров**

### З експертними висновками ознайомлений:

в.о. ректора Вінницького кооперативного інституту,

доктор економічних наук, професор

«30» березня 2016 р.



**А. Г. Дравовський**

Голова експертної комісії



**В. П. Пилипчук**



**Порівняльна таблиця відповідності освітньої діяльності  
Вінницького кооперативного інституту  
напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг»  
критеріям та вимогам акредитаційної підготовки**

№ з/п	Назва показника (нормативу)	Значення показника (нормативу) за освітнім ступенем бакалавр	Фактичне значення показника	Відхилення фактичного значення показника від нормативного
1	2	3	4	5
<b>1. Загальні вимоги</b>				
	1.1 Концепція діяльності за заявленим напрямом (спеціальністю), погоджена з Радою міністрів Автономної Республіки Крим, обласною, Київською, Севастопольською міськими державними адміністраціями	+	+	-
	1.2. Заявлений ліцензований обсяг (денна форма навчання / заочна форма навчання)	25/75	25/75	-
<b>2. Кадрове забезпечення підготовки фахівців заявленої спеціальності</b>				
	2.1 Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин соціально-гуманітарного циклу дисциплін навчального плану спеціальності (% від кількості годин)	75	84,5	+9,5
	у тому числі які працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи	50	61,9	+11,9
	2.2 Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин фундаментального циклу дисциплін навчального плану спеціальності (% від кількості годин) (за винятком військових навчальних дисциплін)	75	85,9	+10,9
	у тому числі які працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи	50	82,7	+32,7
	з них: докторів наук або професорів (при розрахунку частки докторів наук або професорів дозволяється прирівнювати двох кандидатів наук, доцентів, які мають стаж безперервної науково-педагогічної роботи в даному навчальному закладі не менше 10 років, а також є авторами (співавторами) підручників, навчальних посібників з грифом Міністерства освіти і науки України або монографій, до одного доктора наук або професора)	10	16,1 (3 особи)	+6,1

Голова експертної комісії \_\_\_\_\_



2.3	Частка науково-педагогічних працівників з науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин фахових дисциплін навчального плану спеціальності (% від кількості годин)	75	87,5	+12,5
	у тому числі які працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи	50	87,5	+37,5
	з них: докторів наук або професорів (при розрахунку частки докторів наук або професорів дозволяється прирівнювати двох кандидатів наук, доцентів, які мають стаж безперервної науково-педагогічної роботи в даному навчальному закладі не менше 10 років, а також є авторами (співавторами) підручників, навчальних посібників з грифом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України або монографій, до одного доктора наук або професора)	10	11,9 (1 особа)	+1,9
2.4.	Частка педагогічних працівників вищої категорії, які викладають лекційні години дисциплін навчального плану спеціальності та працюють у даному навчальному закладі за основним місцем роботи (% від кількості годин для кожного циклу дисциплін навчального плану)	-	-	-
2.5.	Наявність кафедри з фундаментальної підготовки	+	+	+
2.6.	Наявність кафедри зі спеціальної (фахової) підготовки, яку очолює фахівець відповідної науково-педагогічної спеціальності:	+	+	+
	доктор наук або професор:			
	кандидат наук, доцент:		+	+
<b>3. Матеріально-технічна база</b>				
3.1	Забезпеченість лабораторіями, полігонами, обладнанням, устаткуванням, необхідним для виконання навчальних програм (у % від потреби)	100	100	-
3.2	Забезпеченість студентів гуртожитком (у % від потреби)	70	100	+ 30
3.3	Кількість робочих комп'ютерних місць на 100 студентів (крім спеціальностей, які належать до галузей знань 0102 «Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини» і 0202 «Мистецтво», крім спеціальностей «Дизайн»)	12	12,2	+0,2
3.4	Наявність пунктів харчування	+	+	-
3.5	Наявність спортивного залу	+	+	-
3.6	Наявність стадіону або спортивного майданчика	+	+	-
3.7	Наявність медичного пункту	+	+	-
<b>4. Навчально-методичне забезпечення</b>				
4.1	Наявність освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівця (у тому числі варіативної компоненти)	+	+	-

Голова експертної комісії \_\_\_\_\_





4.2	Наявність освітньо-професійної програми підготовки фахівця (у тому числі варіативної компоненти)	+	+	-
4.3	Наявність навчального плану, затвердженого в установленому порядку	+	+	-
4.4	Наявність навчально-методичного забезпечення для кожної навчальної дисципліни навчального плану (% від потреби):	100	100	-
4.4.1	Навчальних і робочих навчальних програм дисциплін			
4.4.2	Планів семінарських, практичних занять, завдань для лабораторних робіт (% від потреби)	100	100	-
4.4.3	Методичних вказівок і тематик контрольних, курсових робіт (проектів)	100	100	-
4.5	Наявність пакетів контрольних завдань для перевірки знань з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної та фахової підготовки (% від потреби)	100	100	-
4.6	Забезпеченість програмами всіх видів практик (% від потреби)	100	100	-
4.7	Наявність методичних указівок щодо виконання дипломних робіт (проектів), державних екзаменів	+	+	-
4.8	Дидактичне забезпечення самостійної роботи студентів (у тому числі з використанням інформаційних технологій), (% від потреби)	100	100	-
4.9	Наявність критеріїв оцінювання знань і вмінь студентів	+	+	-
<b>5</b>	<b>Інформаційне забезпечення</b>			
5.1	Забезпеченість студентів підручниками, навчальними посібниками, наявними у власній бібліотеці (% від потреби)	100	100	-
5.2	Співвідношення посадкових місць у власних читальних залах до загальної чисельності студентів (% від потреби)	5	9,9	+4,9
5.3	Забезпеченість читальних залів фаховими періодичними виданнями	4	13	+9
5.4	Можливість доступу викладачів і студентів до Інтернету як джерела інформації:			
	- наявність обладнаних лабораторій	+	+	-
	- наявність каналів доступу	+	+	-
<b>6</b>	<b>Якісні характеристики підготовки фахівців</b>			
6.1.	Умови забезпечення державної гарантії якості вищої освіти			
6.1.1.	Виконання навчального плану за показниками: перелік навчальних дисциплін, години, форми контролю, %	100	100	-
6.1.2.	Підвищення кваліфікації викладачів постійного складу за останні 5 років, %	100	100	-

Голова експертної комісії \_\_\_\_\_



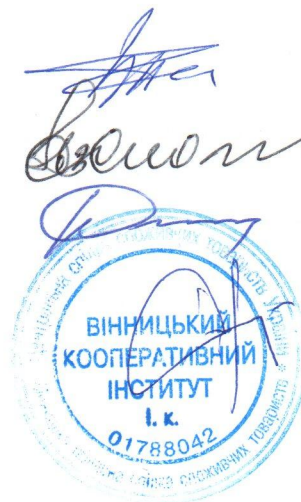


6.1.3.	Чисельність науково-педагогічних (педагогічних) працівників, що обслуговують спеціальність і працюють у навчальному закладі за основним місцем роботи, які займаються вдосконаленням навчально-методичного забезпечення, науковими дослідженнями, підготовкою підручників та навчальних посібників, %	100	100	-
6.2.	Результати освітньої діяльності (рівень підготовки фахівців), не менше %			
6.2.1.	Рівень знань студентів з гуманітарної та соціально-економічної підготовки:			
6.2.1.1	Успішно виконані контрольні завдання, %	90	100	+ 10
6.2.1.2	Якісно виконанні контрольні завдання (оцінки «5», і «4»), %	50	50,0	-
6.3.	Рівень знань студентів з природничо-наукової (фундаментальної) підготовки:			
6.3.1	Успішно виконані контрольні завдання, %	90	97,3	+7,3
6.3.2	Якісно виконанні контрольні завдання (оцінки «5», і «4»), %	50	54,1	+4,1
6.4.	Рівень знань студентів зі спеціальної (фахової) підготовки:			
6.4.1.	Успішно виконані контрольні завдання, %	90	100	+ 10
6.4.2.	Якісно виконані контрольні завдання (оцінка «5» і «4»), %	50	51,4	+ 1,4
6.5.	Організація наукової роботи:			
6.5.1.	Наявність у структурі навчального закладу наукових підрозділів	-	+	+
6.5.2.	Участь студентів у науковій роботі (наукова робота на кафедрах та в лабораторіях, участь в наукових конференціях, конкурсах. Виставках, профільних олімпіадах тощо)	-	+	+

Голова експертної комісії:

Експерти:

В.о. ректора інституту



В. П. Пилипчук

В. Г. Дем'янишин

П. О. Нікіфоров

А.Г. Драбовський

**Зведена відомість**  
**результатів виконання комплексних контрольних робіт**  
**студентами напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» під час акредитаційної експертизи**

№ з/п	Дисципліна	Група	Кількість студентів	Виконували роботу		Одержали оцінки при акредитаційній експертизі								Успішність, %	Якість, %	Самоаналіз	
						5		4		3		2				Успішність, %	Якість, %
				К-ть	%	К-ть	%	К-ть	%	К-ть	%	К-ть	%				
<b>Цикл гуманітарної та соціально-економічної підготовки</b>																	
1.	Історія України	М(с)-151	24	22	91,7	2	9,1	9	40,9	11	50,0	-	-	100	50,0	100	54,2
<b>Цикл природничо-наукової (фундаментальної) підготовки</b>																	
2.	Макроекономіка	М(с)-141	25	21	84,0	1	4,8	10	47,6	9	42,9	1	4,8	95,5	52,4	96,0	52,0
3.	Менеджмент	М-121	19	16	84,2	2	12,5	7	43,8	7	43,8	-	-	100	56,3	100	55,6
<b>Разом по циклу</b>			<b>44</b>	<b>37</b>	<b>84,1</b>	<b>3</b>	<b>8,1</b>	<b>17</b>	<b>45,9</b>	<b>16</b>	<b>43,2</b>	<b>1</b>	<b>2,7</b>	<b>97,3</b>	<b>54,1</b>	<b>97,7</b>	<b>53,5</b>
<b>Цикл спеціальної (фахової) підготовки</b>																	
4.	Логістика	М(с)-141	25	21	84,0	1	4,8	10	47,6	10	47,6	-	-	100	52,4	100	56,0
5.	Маркетинг послуг	М-121	19	16	84,2	2	12,5	6	37,5	8	50,0	-	-	100	50,0	100	55,6
<b>Разом по циклу</b>			<b>44</b>	<b>37</b>	<b>84,1</b>	<b>3</b>	<b>8,1</b>	<b>16</b>	<b>43,2</b>	<b>18</b>	<b>48,6</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>51,4</b>	<b>100</b>	<b>55,8</b>
<b>Разом</b>			<b>112</b>	<b>96</b>	<b>85,7</b>	<b>8</b>	<b>8,3</b>	<b>42</b>	<b>43,8</b>	<b>45</b>	<b>46,9</b>	<b>1</b>	<b>1,0</b>	<b>99,0</b>	<b>52,1</b>	<b>99,1</b>	<b>54,5</b>

Голова експертної комісії

В. П. Пилипчук

Експерти

В. Г. Дем'янишин

П. О. Нікіфоров

В о. ректора інституту

А.Г.Драбовський

