



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

**Протокол №13 від 21 травня 2026 року
засідання вченої ради НУБіП України
Ректор НУБіП України Вадим ТКАЧУК**

**Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 1 вересня 2026 року**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

підготовки здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Кваліфікація: Магістр маркетингу

Стандарт вищої освіти затверджено
наказом МОН України від 10 липня 2019 р. № 960

Київ – 2026

СЕД НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ Master
№20338 від 29.06.2026. Підписано 29.06.2026 15:16:05

Підписав: Глазунова Олена Григорівна
04AF212836405D99040000002343C00C99BF100

Сертифікат діє з 11.05.2026 00:00:00 по 10.05.2028 23:59:59



ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю «Маркетинг» містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Розроблено проектною групою у складі:

- 1. Луцій Олександр Павлович**, Кандидат економічних наук, професор, Професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, **гарант програми**.
- 2. Бондаренко Валерій Михайлович**, Доктор економічних наук, професор, Декан факультету аграрного менеджменту.
- 3. Левицька Інна Ванадіївна**, Доктор економічних наук, професор, Завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
- 4. Омеляненко Олександр Васильович**, Доктор філософії маркетингу, без вченого звання, Викладач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
- 5. Томашук Олег Володимирович**, Директор ТОВ «БІЗНЕС АГРО ПОДІЛЛЯ», м.Вінниця (за згодою).
- 6. Гуляєва Ульяна Максимівна**, Здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Маркетинг» (вступник 2025 р.).

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Циганник Артем Юрійович, директор ТОВ «УКРАГРО ПРЕМ'ЄР, м.Вінниця

Чернявський Іван Юрійович, в.о. генерального директора ДП «Український інститут інтелектуальної власності», м. Київ

Тарасюк Галина Миколаївна, д.е.н., професор, декан факультету бізнесу та сфери обслуговування Державного університету «Житомирська Політехніка», м. Житомир

1. Загальна інформація

Повна назва ЗВО та структурного підрозділу: Національний університет біоресурсів і природокористування України, факультет Аграрного менеджменту

Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації: Магістр. Магістр маркетингу

Офіційна назва освітньої програми: Маркетинг

Тип освітньої програми: Освітньо-професійна

Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право»

Обсяг освітньої програми: 90 кредитів

Термін навчання: 1 рік 4 місяці

Форма здобуття освіти: Денна

Мова(и) викладання: Українська

Інтернет-адреса постійного розміщення опису ОП: <https://nubip.edu.ua/node/46601>

Наявність акредитації: Акредитація освітньо-професійної програми проведена у 2025 році, сертифікат про акредитацію №19148 від 26.11.2025 р.

2. Мета освітньої програми

Метою освітньо-професійної програми є підготовка магістрів з маркетингу, що володіють системою сучасних знань з теорії й методології маркетингу та практичними навичками у сфері маркетингового управління сучасними підприємствами й організаціями, зокрема підприємствами аграрного сектору економіки України, здатних інтегрувати знання, уміння, комунікативні навички з автономною діяльністю та відповідальністю під час вирішення складних і творчих завдань та проблемних питань з маркетингу, розробки стратегій, планів, програм з маркетингу та впровадження інноваційних технологій в управлінську діяльність підприємств.

3. Характеристика програми

Предметна область:

- Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.
- Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.

- Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.
- Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
- Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

Основний фокус програми:

Спеціальна освіта в галузі D «Бізнес, адміністрування та право» D5 «Маркетинг». Освітньо-професійна програма зорієнтована на вивчення здобувачами актуальних теоретичних, методичних та практичних питань у сфері сучасного маркетингового управління підприємствами й організаціями, зокрема підприємствами в аграрній сфері, та на підготовку фахівців з маркетингу, здатних вирішувати складні творчі завдання в умовах диджиталізації та нестабільності бізнес-середовища на інноваційних засадах з використанням сучасних концепцій маркетингу.

Ключові слова: маркетинг, логістичний менеджмент, цифровий маркетинг, аграрна політика, бренд-менеджмент, маркетинг-мікс, екологічний (зелений) маркетинг., маркетинговий менеджмент, маркетингова стратегія, кон'юнктура світових аграрних ринків, рекламний менеджмент

Особливості програми:

1 та 2 семестр першого року навчання є семестрами міжнародної мобільності. Програма передбачає обов'язковою умовою проходження виробничої практики на сільськогосподарських та переробних підприємствах. В межах освітньо-професійної програми передбачене залучення до освітнього процесу провідних науковців, практиків із різних сфер бізнесу, а також представників професійних асоціацій.

4. Придатність випускників до працевлаштування

Випускники-магістри спеціальності D5 «Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг» спроможні виконувати професійні роботи і займати посади, визначені затвердженими Професійними стандартами за Класифікатором професій ДК 003:2010, зокрема:

1475 – менеджер (управитель) з маркетингу

1475.4 – менеджер (управитель) з питань комерційної діяльності та управління

1476.1 – менеджер (управитель) з реклами

1233 – керівники підрозділів маркетингу

1234 – керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю

2419 – професіонали у сфері маркетингу.

2419.2 – консультант з маркетингу

2419.2 – економіст із збуту

2419.2 – рекламист (наявний професійний стандарт)

2419.2 – фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) (наявний професійний стандарт)

2419.2 – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 – фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку (наявний професійний стандарт).

Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.

Можливості продовження навчання:

Навчання для здобуття третього рівня вищої освіти – НРК України 8 рівень, EQF-LLL – 8 рівень. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти

5. Викладання та оцінювання

Викладання та навчання:

Студентоцентроване навчання, технологія проблемного і диференційованого навчання, технологія інтенсифікації індивідуалізації навчання, інформаційні технології, технологія розвивального навчання, кредитно-трансферна система організації навчання, електронне навчання в системі Elearn, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекції, мультимедійної лекції, інтерактивної лекції, проблемної лекції, лекції-дискусії, семінарів, практичних занять, кейсовий метод, розв'язання проблемних завдань і ситуацій, самостійного навчання на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами, підготовка магістерської кваліфікаційної роботи

Оцінювання:

Види контролю: поточний контроль, проміжна та підсумкова атестація.

Екзамени, заліки та диференційовані заліки проводяться відповідно до вимог "Положення про екзамени та заліки в Національному університеті біоресурсів і природокористування України" (затверджено Вченою радою НУБіП України від 15 серпня 2024 р. (протокол № 1)) <https://nubip.edu.ua/node/12654>.

У НУБіП України використовується рейтингова форма контролю після закінчення логічно завершеної частини лекційних та практичних занять (модуля) з певної дисципліни. Її результати враховуються під час проведення семестрової атестації у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з кожної освітньої компоненти.

Рейтинг здобувача вищої освіти із засвоєння навчальної дисципліни складається з рейтингу з навчальної роботи – 70 балів та рейтингу з підсумкової атестації – 30 балів.

Рейтингові оцінки із змістових модулів, як і рейтинг з атестації, теж обчислюються за 100-бальною шкалою.

Рейтингове оцінювання знань студентів не скасовує традиційну систему оцінювання, а існує поряд із нею. Воно робить систему оцінювання більш гнучкою, об'єктивною і сприяє систематичній та активній самостійній роботі студентів протягом усього періоду навчання, забезпечує здорову конкуренцію між студентами у навчанні, сприяє виявленню і розвитку творчих здібностей студентів.

Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і двобальною («зараховано», «незараховано») системами.

Екзамени для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти проводяться у письмовій (електронній) формі за екзаменаційними білетами встановленої форми, яка передбачає комбінацію з екзаменаційних запитань і тестових завдань різних типів (відкритих, закритих, вибіркових, на відповідність). Заліки для здобувачів вищої освіти проводяться методом тестування.

Атестація здобувачів: захист магістерської кваліфікаційної роботи

6. Програмні компетентності

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

Загальні компетентності:

Код	Компетентність
ЗК1	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ЗК2	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ЗК4	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
ЗК5	Навички міжособистісної взаємодії.
ЗК6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
ЗК7	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
ЗК8	Здатність розробляти проекти та управляти ними

Спеціальні (фахові) компетентності:

Код	Компетентність
СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу

СК2	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування
СК3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу
СК4	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом
СК5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування
СК6	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі
СК7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків
СК8	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування
СК9	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу
СК10	Здатність щодо дослідження конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення
СК11	Здатність щодо використання новітніх цифрових технологій в маркетинговій діяльності підприємств

7. Програмні результати навчання

Код	Програмний результат навчання
ПРН1	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу
ПРН2	Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта
ПРН3	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності
ПРН4	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос- функціонального характеру її реалізації
ПРН5	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами
ПРН6	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними
ПРН7	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта
ПРН8	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу
ПРН9	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень
ПРН10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів
ПРН11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта

ПРН12	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм
ПРН13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання
ПРН14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку
ПРН15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення
ПРН16	Забезпечувати конкурентоспроможність ринкового суб'єкта та його товарних пропозицій на основі застосування інноваційних підходів та управління взаємовідносинами у його маркетинговій діяльності
ПРН17	Вміти застосовувати інноваційні підходи та новітні цифрові технології в маркетинговій діяльності підприємств

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення:

Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми, є штатними співробітниками Національного університету біоресурсів і природокористування України, мають підтверджений рівень наукової і професійної активності, систематично підвищують свій рівень кваліфікації. До навчального процесу можуть бути залучені також провідні фахівці у сфері маркетингу

Матеріально-технічне забезпечення:

Навчально-аудиторна база структурних підрозділів факультету аграрного менеджменту дозволяє організовувати та проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на достатньому рівні. Для проведення лекційних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні аудиторії обладнанні комп'ютерною технікою та новітнім програмним забезпеченням, зокрема Power by, Google Ads та ін. В університеті є локальні комп'ютерні мережі з доступом до мережі Інтернет. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура (гуртожитки, спортивні зали та відкриті спортивні майданчики, стадіон, тренажерні зали тощо)

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення:

Віртуальне освітнє середовище НУБіП України об'єднує веб-сайт університету (-pubip.edu.ua), що містить інформацію про освітні програми, факультети, ННІ, кафедри, розклад занять, контакти викладачів та іншу інформацію; навчально-інформаційний портал (elearn.pubip.edu.ua), на якому розміщені електронні курси навчальних дисциплін; інформаційну систему «Е-деканат», особистий кабінет студента (my.pubip.edu.ua), а також наукову бібліотеку НУБіП України.

Бібліотечний фонд – багатогалузевий, нараховує понад 900 тис. примірників видань, у т.ч. рідкісних, авторефератів та повнотестових дисертацій, більше 50 назв журналів та

газет, які доступні в центральній бібліотеці та 5 філіях, 8 абонементів з видачі книг, 7 читальних залах на 527 місць з вільним доступом до мережі Інтернет. Електронні ресурси бібліотеки: електронний каталог, цифрова бібліотека (<https://dglip.nubip.edu.ua>) доступна з мережі Інтернет), яка містить понад 8000 повнотекстових видань; електронна бібліотека (доступна з локальної мережі університету), яка містить більше 9000 повнотекстових видань.

Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на сторінці освітньої програми (<https://nubip.edu.ua/node/1129/3>)

9. Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність:

На основі двосторонніх договорів між НУБіП України та закладами вищої освіти України

Міжнародна кредитна мобільність:

Зовнішня академічна мобільність – навчання, включаючи проходження практик, студентів і аспірантів Університету здійснюється у закладах вищої освіти за кордоном протягом певного періоду.

Умови навчання і перебування студентів-учасників академічної мобільності та інші питання визначаються двосторонніми або багатосторонніми угодами між Університетом та провідними міжнародними закладами вищої освіти-партнерами.

Зовнішня академічна мобільність здійснюється згідно Положення «Про академічну мобільність студентів і аспірантів Національного університету біоресурсів і природокористування України» <https://nubip.edu.ua/node/12654>

Згідно з програмами міжнародного співробітництва кращі студенти НУБіП України зі знаннями іноземних мов мають можливість здобувати освіту за кордоном за програмами кредитної мобільності ERASMUS+ та на основі меморандумів про взаємовизнання. Наразі університет уклав Міжінституційні угоди на реалізацію академічної мобільності із такими європейськими університетами: Латвійський сільськогосподарський університет; Університет екології та менеджменту в Варшаві, Польща; Варшавський університет наук про життя, Польща; Університетом Александра Стульгінскіса, Литва; Університет Агрисуп, Діжон, Франція; Університетом Фоджа, Італія; Університет Дікле, Туреччина; Технічний університет Зволен, Словаччина; Вроцлавський університет наук про життя, Польща; Вища школа сільського господарства м Ліль, Франція; Університет короля Міхаїла 1, Тімішоара, Румунія; Університет прикладних наук Хохенхайм, Німеччина; Норвезький університет наук про життя, Норвегія; Шведський університет сільськогосподарських наук UPSALA; Університет Ллейда, Іспанія; Університет прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Німеччина; Загребський університет, Хорватія; Неапольський Університет Федеріка 2, Італія; Університет м. Тарту, Естонія; Словацький аграрний університетом, м. Нітра, Університет прикладних наук Гайсенхайм, Німеччина, Університет прикладних наук Анхальт, Німеччина.

Поглиблюється співпраця між факультетом аграрного менеджменту та міжнародними партнерами, щороку активна робота зосереджується на залученні представників університетів-партнерів та Європейської асоціації університетів наук про життя ICA для проведення лекцій та підготовки документації для отримання міжнародної акредитації AGRIMBA ICA програми MBA з видачею подвійних дипломів та для використання можливостей міжнародної мобільності.

Налагодження постійних зв'язків з університетами ЄС, США і Китаю та інших країн з метою запрошення вчених, викладачів та студентів до виконання спільних навчальних проєктів, сприяння у підтримці та реалізації навчальних програм з видачею подвійних дипломів про освіту

10. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою підготовкою з української мови за окремим розкладом. Студенти-іноземці навчаються як в окремих академічних групах, так і долучені в групи з англомовним навчанням, де навчаються в тому числі студенти-українці. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою

11. Умови вступу

Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Національного університету біоресурсів і природокористування України», затвердженими Вченою радою.

Наявність базової вищої освіти. Підготовка фахівців проводиться за очною (денною) та заочною формами навчання

12. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП

Цикл загальної підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЄКТС	Форма контролю
OK1	Аграрна політика	4	Залік
OK2	Методологія наукових досліджень	3	Залік
OK3	Управління конкурентоспроможністю підприємства	4	Екзамен
OK4	Соціальна відповідальність	3	Екзамен

Цикл спеціальної (фахової) підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЄКТС	Форма контролю
OK5	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен, захист курсової роботи
OK6	Логістичний менеджмент	4	Екзамен
OK7	Рекламний менеджмент	4	Екзамен
OK8	Маркетинговий менеджмент	4	Екзамен, захист курсового проекту
OK9	Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків	6	Екзамен
OK10	Виробнича практика	24	Залік
OK11	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	6	Захист

ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП

Цикл загальної підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЄКТС	Форма контролю
Цикл загальної підготовки			
ВКУ1	Вибір з каталогу	3	Залік
ВКУ2	Вибір з каталогу	3	Залік

Цикл спеціальної (фахової) підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЄКТС	Форма контролю
Цикл спеціальної (фахової) підготовки. Вибірковий блок 1 «Рекламний менеджмент»			
ВК1.1	Креатив у рекламі	5	Екзамен
ВК1.2	Психологія реклами	4	Екзамен

ВК1.3	Бренд-менеджмент	4	Екзамен
ВК1.4	Стратегії цифрового маркетингу	4	Екзамен
Цикл спеціальної (фахової) підготовки. Вибірковий блок 2 «Трейд маркетинг»			
ВК2.1	Організація і технології оптової та роздрібної торгівлі	4	Екзамен
ВК2.2	Електронна комерція	5	Екзамен
ВК2.3	Екологічний маркетинг	4	Екзамен
ВК2.4	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	Екзамен

Сума обов'язкових компонентів:	67
Сума вибірових компонентів:	23
Всього:	90

**Структурно-логічна схема підготовки
магістрів освітньо-професійної програми «Маркетинг»**

1 семестр

Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту магістерської кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому освітнього ступеня магістр із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Компетентність	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11
ЗК1	+	+	+		+	+	+	+	+		
ЗК2					+		+		+	+	
ЗК3			+		+	+	+	+	+	+	
ЗК4	+			+	+			+	+	+	
ЗК5				+			+	+		+	
ЗК6	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
ЗК7					+				+	+	
ЗК8		+			+	+	+	+	+	+	+
СК1		+	+		+	+	+	+	+	+	+
СК2		+	+		+	+	+	+	+	+	+
СК3		+	+		+	+	+	+	+	+	+
СК4							+			+	+
СК5	+	+	+		+			+	+	+	+
СК6					+	+	+	+	+	+	
СК7			+		+			+	+	+	+
СК8					+	+		+	+	+	+
СК9		+			+			+	+	+	+
СК10	+		+		+			+			
СК11							+			+	+

Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Компетентність	ОК1	ОК2	ОК3	ОК4	ОК5	ОК6	ОК7	ОК8	ОК9	ОК10	ОК11
ПРН1		+			+	+	+	+	+	+	+
ПРН2					+	+	+	+	+	+	
ПРН3	+	+					+		+	+	+
ПРН4	+							+	+	+	+
ПРН5		+						+	+	+	+
ПРН6			+		+	+	+	+	+	+	+
ПРН7					+	+	+	+	+	+	+
ПРН8				+			+			+	
ПРН9		+			+	+	+	+	+	+	
ПРН10			+		+	+		+	+		
ПРН11		+			+				+		
ПРН12					+			+	+	+	+
ПРН13					+			+	+		
ПРН14				+		+	+				+
ПРН15	+	+			+				+	+	+
ПРН16			+		+			+	+		+
ПРН17							+			+	+

І. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти 2026 року вступу спеціальності D5 «Маркетинг»; освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Рік навчання	2026 рік																		2027 рік																																
	Вересень				Жовтень				Листопад				Грудень				Січень				Лютий				Березень				Квітень				Травень				Червень				Липень										
	1	7	14	21	28 IX	5	12	19	26 X	2	9	16	23	30 XI	7	14	21	28 XII	4	11	18	25	1	8	15	22	1	8	15	22	29 III	5	12	19	26 IV	3	10	17	24	31 V	7	14	21	28 VI	5	12	19	26 VII			
	6	13	20	27	4 X	11	18	25	1 XI	8	15	22	29	6 XII	13	20	27	3 I	10	17	24	31	7	14	21	28	7	14	21	28	4 IV	11	18	25	2 V	9	16	23	30	6 VI	13	20	27	4 VII	11	18	25	1 VIII			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48			
I																			:	:	:	:																													

Рік навчання	2027 рік																							
	Серпень				Вересень				Жовтень				Листопад				Грудень							
	2	9	16	23	30 VIII	6	13	20	27 IX	4	11	18	25	1	8	15	22	29 XI	6	13	20	27		
	8	15	22	29	5 IX	12	19	26	3 X	10	17	24	31	7	14	21	28	5 XII	12	19	26	31		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
II	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	≡	II	II	II	II	//	//		

Умовні позначення:

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|-----------------------|---|-----------------------|---|------------------------|---|------------|----|--|---|----------------------------|---|---|----------------------|---|----------------------|---|-------------------------|---|----------------------|----|--|
| <table border="0" style="width: 100%;"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td>- Теоретичне навчання</td></tr> <tr><td>:</td><td>- Екзаменаційна сесія</td></tr> <tr><td>П</td><td>- Педагогічна практика</td></tr> <tr><td>-</td><td>- Канікули</td></tr> <tr><td>II</td><td>- підготовка до ЄДКІ, атестаційного екзамену, кваліфікаційної роботи</td></tr> <tr><td>≡</td><td>- захист звітів з практики</td></tr> </table> | <input type="checkbox"/> | - Теоретичне навчання | : | - Екзаменаційна сесія | П | - Педагогічна практика | - | - Канікули | II | - підготовка до ЄДКІ, атестаційного екзамену, кваліфікаційної роботи | ≡ | - захист звітів з практики | <table border="0" style="width: 100%;"> <tr><td>X</td><td>- Виробнича практика</td></tr> <tr><td>O</td><td>- Навчальна практика</td></tr> <tr><td>Д</td><td>- Дослідницька практика</td></tr> <tr><td>A</td><td>- Проміжна атестація</td></tr> <tr><td>//</td><td>- атестація здобувачів вищої освіти, захист кваліфікаційної роботи</td></tr> </table> | X | - Виробнича практика | O | - Навчальна практика | Д | - Дослідницька практика | A | - Проміжна атестація | // | - атестація здобувачів вищої освіти, захист кваліфікаційної роботи |
| <input type="checkbox"/> | - Теоретичне навчання | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| : | - Екзаменаційна сесія | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| П | - Педагогічна практика | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| - | - Канікули | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| II | - підготовка до ЄДКІ, атестаційного екзамену, кваліфікаційної роботи | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ≡ | - захист звітів з практики | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| X | - Виробнича практика | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| O | - Навчальна практика | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Д | - Дослідницька практика | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| A | - Проміжна атестація | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| // | - атестація здобувачів вищої освіти, захист кваліфікаційної роботи | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

План освітнього процесу

№ п/п	Назва освітньої компоненти	Загальний обсяг		Форми контролю (за семестрами)			Аудиторні заняття				Самостійна робота	Практична підготовка		Розподіл тижневих годин за курсами та семестрами		
		Годин	(векст з огляду на рейтинг)	Екзамен	Залік	Курсова (Проект)	Всього	у тому числі				Навчальна	Виробнича	I курс		II курс
								лекції	лаборат.	практичні				Семестри		
														1с.	2с.	3с.
													Кількість тижнів у семестрі			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
														15	15	10
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП																
Цикл загальної підготовки																
OK1	Аграрна політика	120	4	1			45	15		30	75			3		
OK2	Методологія наукових досліджень	90	3	1			30	15		15	60			2		
OK3	Управління конкурентоспроможністю підприємства	120	4	1			60	30		30	60			4		
OK4	Соціальна відповідальність	90	3	1			30	15		15	60			2		
	Всього	420	14	4	0	0	165	75	0	90	255	0	0	11	0	0
Цикл спеціальної (фахової) підготовки																
OK5	Стратегічний маркетинг	150	5	1		1	60	30		30	90			4		
OK6	Логістичний менеджмент	120	4	1			45	15		30	75			3		
OK7	Рекламний менеджмент	120	4	2			60	30		30	60				4	
OK8	Маркетинговий менеджмент	120	4	2		1	45	15		30	75				3	
OK9	Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків	180	6	1			90	30		60	90			6		
OK10	Виробнича практика	720	24		3								720			
OK11	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	180	6								180					
	Всього	1590	53	5	2	2	300	120	0	180	570	0	720	13	7	0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП																
Цикл загальної підготовки																
Цикл загальної підготовки																
ВКУ1	Вибір з каталогу	90	3		2		30	15		15	60				2	
ВКУ2	Вибір з каталогу	90	3		2		30	15		15	60				2	
	Всього	180	6	0	2	0	60	30	0	30	120	0	0	0	4	0
Цикл спеціальної (фахової) підготовки																
Цикл спеціальної (фахової) підготовки. Вибірковий блок 1 «Рекламний менеджмент»																
ВК1.1	Креатив у рекламі	150	5	2			60	30		30	90				4	
ВК1.2	Психологія реклами	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК1.3	Бренд-менеджмент	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК1.4	Стратегії цифрового маркетингу	120	4	2			45	15		30	75				3	
Цикл спеціальної (фахової) підготовки. Вибірковий блок 2 «Трейд маркетинг»																
ВК2.1	Організація і технології оптової та роздрібної торгівлі	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК2.2	Електронна комерція	150	5	2			60	30		30	90				4	
ВК2.3	Екологічний маркетинг	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК2.4	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	120	4	2			45	15		30	75				3	
	Всього	510	17	4	0	0	195	75	0	120	315	0	0	0	13	0
Загальний обсяг обов'язкових компонентів																
		2010	67	9	1	2	465	195	0	270	825	0	720	24	7	0
Загальний обсяг вибіркових компонентів																
		690	23	4	2	0	255	105	0	150	435	0	0	0	17	0
	Кількість екзаменів			13												
	Кількість заліків				3											
	Кількість курсових проєктів і робіт					2										
Всього годин навчальних занять																
		2700	90				720	300	0	420	1260	0	720	24	24	0

III. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

Назва освітньої компоненти	Години	Кредити	%
Обов'язкові компоненти ОПП	2010	67	74.44
Цикл загальної підготовки	420	14	15.56
Цикл спеціальної (фахової) підготовки	1590	53	58.89
Вибіркові компоненти ОПП	690	23	25.56
Цикл загальної підготовки	180	6	6.67
Цикл спеціальної (фахової) підготовки	510	17	18.89
Разом за ОПП	2700	90	100

IV. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, ТИЖНІ

Рік навчання	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Практична підготовка	Підготовка кваліфікаційної роботи	Атестація здобувачів	Канікули
1	30	6	0	0	0	12
2	0	0	16	4	2	0
Разом за ОПП	30	6	16	4	2	12

V. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА

№	Вид практики	Семестр	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Виробнича практика	3	720	24	16

VI. КУРСОВІ РОБОТИ І ПРОЕКТИ

№	Назва освітньої компоненти	Години	Кредити	Курсова робота	Курсовий проект	Семестр
1	Стратегічний маркетинг	30	1	+		1
2	Маркетинговий менеджмент	30	1		+	2

VII. АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№	Складова атестації	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	180	6	6

VIII. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО КІЛЬКІСТЬ КРЕДИТІВ

Курс	Семестр	Кількість кредитів	Всього за навчальний рік
1	1	29	60
	2	31	
2	3	30	30
Разом			90