



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 та технології фуд-сервісу»

підготовки здобувачів вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 «Маркетинг» та G13 «Харчові технології»

галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» та G «Інженерія, виробництво та
будівництво»

Кваліфікація: бакалавр маркетингу, бакалавр з харчових технологій

Стандарт вищої освіти затверджено
наказом МОН України від _____ р. № _____



СЕД НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ Master
№20454 від 02.09.2026. Підписано 02.09.2026. **Київ – 2026**
Підписав: ТКАЧУК ВАДИМ АНАТОЛІЙОВИЧ
5E984D526F82F38F04000000BFDD2E02A441BF07
Сертифікат діє з 07.07.2026 08:47:36 по 07.07.2027 23:59:59

ПЕРЕДМОВА

Міждисциплінарна освітньо-професійна програма (ОПП) «Маркетинг та технології фуд-сервісу» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальностями D5 «Маркетинг» та G13 «Харчові технології» 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. **Москвічова Олена Сергіївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, **гарант програми**.
2. **Левицька Інна Ванадіївна**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
3. **Слободянюк Наталія Михайлівна**, кандидат сільськогосподарських наук, професор, заступниця декана з навчальної роботи факультету харчових наук, нутриціології та управління якістю.
4. **Омельяненко Олександр Васильович**, доктор філософії з маркетингу, без вченого звання, асистент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
5. **Леонова Богдана Ігорівна**, кандидат технічних наук, директор з розвитку компанії Alma-Veko Food, м.Київ.
6. **Надрага Сергій Станіславович**, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг».
7. **Дичко Олександр Юрійович**, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності G13 «Харчові технології»..

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Ромат Євгеній Вікторович, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Голова громадської професійної організації «Спілка рекламистів України», головний редактор журналу «Маркетинг і реклама».

Косюк Олена Вікторівна, директор департаменту технологій, якості та безпечності харчової продукції ПАТ «Миронівський хлібопродукт».

Хомічак Любомир Михайлович, директор Інституту продовольчих ресурсів НААН України, доктор технічних наук, професор.

1. Загальна інформація

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

Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації: Бакалавр. бакалавр маркетингу, бакалавр з харчових технологій

Офіційна назва освітньої програми: Маркетинг та технології фуд-сервісу

Тип освітньої програми: Освітньо-професійна

Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право», G «Інженерія, виробництво та будівництво»

Обсяг освітньої програми: 240 кредитів

Термін навчання: 3 роки 10 місяців

Форма здобуття освіти: Денна

Мова(и) викладання: Українська

Інтернет-адреса постійного розміщення опису ОП:

<https://nubip.edu.ua/opp-marketynh-ta-tekhnohohiyi-fud-servisu>

Наявність акредитації: Первинна акредитація

2. Мета освітньої програми

Метою програми є підготовка фахівців, здатних проектувати інноваційні продукти фуд-сервісу та забезпечувати їх ефективне просування в цифровому середовищі на основі поєднання технологічних знань і цифрових інструментів маркетингу. Програма спрямована на формування компетенцій для створення та управління конкурентоспроможними фуд-тич проектами в умовах глобальної цифровізації ринку та сталого розвитку.

3. Характеристика програми

Предметна область:

Галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»,

G «Інженерія, виробництво та будівництво»;

спеціальності D5 «Маркетинг», G13 «Харчові технології»

Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність та бізнес-процеси суб'єктів ринку фуд-сервісу, спрямовані на створення, просування та реалізацію продуктів харчування із використанням цифрових технологій.

Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних проектувати інноваційні продукти харчування та забезпечувати їх ефективне просування в цифровому середовищі на основі синтезу

технологічних знань і цифрових інструментів маркетингу для сталого розвитку аграрного сектору та сфери гостинності.

Теоретичний зміст предметної області: Суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом та методологія маркетингових комунікацій. Наукові основи технологічних процесів виробництва харчової продукції та закономірності трансформації продовольчої сировини. Принципи раціонального харчування та використання біоресурсів. Специфіка поведінки споживачів на ринках харчових технологій та механізми управління клієнтським досвідом у фуд-сервісі. Розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень в умовах невизначеності ринкового середовища.

Методи, методики та технології: Загальнонаукові та спеціальні методи маркетингових досліджень ринку харчових продуктів. Технології виробництва, контролю якості та безпечності продукції ресторанного господарства (НАССР). Методики діджитал-маркетингу: SEO, SMM, контент-менеджмент та автоматизація продажів у фуд-сфері. Технології бізнес-планування, калькуляції та економічного обґрунтування інноваційних проєктів.

Інструменти та обладнання: Сучасні спеціалізовані інформаційні системи (CRM, POS-системи) та програмні продукти для маркетингового просування. Технологічне обладнання закладів харчування, вимірювальні прилади та лабораторне устаткування для контролю показників якості сировини й готової продукції

Основний фокус програми:

Спеціалізована освіта на перетині галузей D «Бізнес, адміністрування та право», G «Інженерія, виробництво та будівництво». Фокус спрямований на підготовку фахівців, які володіють методиками комплексного просування товарів і послуг food-сервісу через цифрові канали, базуючись на знаннях технологічного циклу, стандартів якості та інноваційних бізнес-моделей фуд тич.

Програма базується на синергії двох професійних напрямів:

- Цифровий маркетинг: опанування інструментів Data-driven маркетингу, управління онлайн-репутацією та стратегічного планування в цифровому просторі.
- Технології фуд-сервісу: вивчення архітектури сучасних закладів харчування, принципів створення інноваційних продуктів (R&D у фуд-сфері) та систем безпечності харчування.

Ключові слова: ресторанний бізнес, брендинг продуктів харчування, контекстна реклама, контент-маркетинг, управління якістю, розробка нових продуктів, фудтіч, фуд-сервіс, клієнтський досвід, маркетинг, проектування закладів ресторанного господарства, інноваційні харчові технології, food-дизайн, цифровий маркетинг, безпечність харчових продуктів (наССР), seo-оптимізація, smm-маркетинг

Особливості програми:

Унікальність програми полягає у синергії інженерно-технологічної експертизи та інструментарію цифрового маркетингу, що дозволяє готувати фахівців нового покоління для індустрії ФудТіч. Особлива увага приділяється поєднанню жорстких стандартів

безпеки та якості харчової продукції (НАССР) із креативними стратегіями просування у цифровому середовищі, впровадженню автоматизованих систем управління клієнтським досвідом (CRM) та освоєнню інноваційних бізнес-моделей, таких як «Dark Kitchens» та віртуальні ресторани. Програма має прикладний характер і реалізується через залучення практиків галузі до розв'язання реальних кейсів на стику виробництва, сервісу та digital-комунікацій.

Реалізація програми базується на інтегрованому підході, що передбачає впровадження методики командного викладання із залученням фахівців обох профілів — маркетингового та технологічного — для забезпечення цілісного сприйняття міждисциплінарних зв'язків. Навчальний процес забезпечується потужною матеріально-технічною базою, яка поєднує сучасні комп'ютерні класи зі спеціалізованим маркетинговим софтом та інноваційні лабораторії харчових технологій і food-дизайну для практичної апробації проектів. Програма також орієнтована на професійну сертифікацію здобувачів, надаючи можливість отримання міжнародних сертифікатів у сферах цифрового маркетингу (наприклад, Google Ads) та стандартів безпеки харчової продукції, що значно підвищує конкурентоспроможність випускників на ринку праці. Підготовка здобувачів за освітньою програмою здійснюється, як українською так і англійською мовами, що відкриває широкі можливості для міжнародної мобільності, програм подвійних дипломів і паралельного навчання. Інтерактивні виїзні практичні заняття. Залучення закордонних науковців та практичних фахівців з маркетингу до навчального процесу.

4. Придатність випускників до працевлаштування

Випускники підготовлені до виконання професійних функцій за одним або кількома з видів економічної діяльності за національним класифікатором України Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми. Фахівці готуються для організаційно-управлінської, господарської, комерційної діяльності у сфері маркетингу. Випускники можуть працювати на таких посадах згідно видів економічної діяльності за класифікатором ДК 009:2010:

3411 Фахівець з маркетингу

3414 Фахівець із спеціалізованого обслуговування

3414 Фахівець із конференц-сервісу

3415 Агент комерційний;

3415 Торговець комерційний;

3415 Торговець промисловий;

3415 Представник торговельний;

3419 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог-аналітик початкового рівня).

3429 Агент рекламний;

3429 Представник з реклами;

3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами);

3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій;

3436.2 Помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів;
3436.3 Помічники керівників малих підприємств без апарату управління;
3570 Фахівці з технології харчування;
3590 Інші фахівці в галузі харчової та переробної промисловості

Можливості продовження навчання:

Можливість навчання за програмою другого циклу FQENEА, рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК. Випускники освітньо-професійної програми мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти за програмами освіти впродовж життя

5. Викладання та оцінювання

Викладання та навчання:

Студентоцентроване навчання, технологія проблемного і диференційованого навчання, технологія інтенсифікації та індивідуалізації навчання, технологія програмованого навчання, інформаційна технологія, 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, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами, підготовка кваліфікаційної роботи бакалавра (проекту). Освітній процес відповідає вимогам «Положення про організацію освітнього процесу в НУБіП України».

Оцінювання:

Види контролю: поточний, тематичний, періодичний, підсумковий, самоконтроль. Екзамени, заліки та диференційовані заліки проводяться відповідно до вимог "Положення про екзамени та заліки в Національному університеті біоресурсів і природокористування України". 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 виставлення підсумкової оцінки. 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. Рейтингове оцінювання знань студентів із навчальних дисциплін, захисту курсових робіт (проектів), звітів за всі види практик, дипломне проектування (захист випускних бакалаврських, дипломних робіт (проектів)) здійснюється за 100-бальною шкалою. Рейтинг студента із засвоєння навчальної дисципліни складається з рейтингу з навчальної роботи – 70 балів та рейтингу з атестації – 30 балів. Таким чином, на оцінювання засвоєння змістових модулів, на які поділяється

навчальний матеріал дисципліни, передбачається 70 балів. Рейтингові оцінки із змістових модулів, як і рейтинг з атестації, теж обчислюються за 100-бальною шкалою.

6. Програмні компетентності

Інтегральна компетентність:

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов, а також технічного і технологічного характеру, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов у виробничих умовах підприємств харчової промисловості та ресторанного господарства та у процесі навчання, що передбачає застосування теоретичних основ та методів харчових технологій.

Загальні компетентності:

Код	Компетентність
ЗК1	Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
ЗК2	Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
ЗК3	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
ЗК4	Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
ЗК5	Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
ЗК6	Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7	Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
ЗК8	Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
ЗК9	Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
ЗК10	Здатність спілкуватися іноземною мовою.
ЗК11	Здатність працювати в команді.
ЗК12	Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК13	Здатність працювати в міжнародному контексті.
ЗК14	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо
ЗК15	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість
ЗК16	Здатність до пошуку та аналізу інформації з різних джерел
ЗК17	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
ЗК18	Здатність працювати автономно.

ЗК19	Навички здійснення безпечної діяльності
ЗК 20	Прагнення до збереження навколишнього середовища.
ЗК21	Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово
ЗК22	Здатність брати участь у національному спротиві

Спеціальні (фахові) компетентності:

Код	Компетентність
СК1	Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК2	Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
СК3	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
СК4	Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
СК5	Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
СК6	Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності та в умовах спеціалізованих лабораторій для вирішення прикладних задач.
СК7	Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
СК8	Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
СК9	Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
СК10	Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
СК11	Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
СК12	Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
СК13	Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
СК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
СК15	Здатність впроваджувати у виробництво технології харчових продуктів на основі розуміння сутності перетворень основних компонентів продовольчої сировини впродовж технологічного процесу.
СК16	Здатність управляти технологічними процесами з використанням технічного, інформаційного та програмного забезпечення.
СК17	Здатність організовувати та проводити контроль якості і безпечності сировини, напівфабрикатів та харчових продуктів із застосуванням сучасних методів.
СК18	Здатність забезпечувати якість і безпеку продукції на основі відповідних стандартів та у межах систем управління безпечністю харчових продуктів під час їх виробництва і реалізації.
СК19	Здатність розробляти нові та удосконалювати існуючі харчові технології з врахуванням принципів раціонального харчування, ресурсозаощадження та інтенсифікації технологічних процесів.
СК20	Здатність укладати ділову документацію та проводити технологічні та економічні розрахунки.
СК21	Здатність обирати та експлуатувати технологічне обладнання, складати апаратно-технологічні схеми виробництва харчових продуктів.
СК22	Здатність проектувати нові або модернізувати діючі виробництва (виробничі дільниці).

СК23	Здатність розробляти проекти нормативної документації з використанням чинної законодавчої бази та довідкових матеріалів.
СК24	Здатність розробляти та впроваджувати ефективні методи організації праці, нести відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб.
СК25	Здатність формувати комунікаційну стратегію в галузі харчових технологій, вести професійну дискусію.
СК26	Здатність підвищувати ефективність виробництва, впроваджувати сучасні системи менеджменту.
СК27	Здатність розробляти інноваційні продукти Фуд-сервісу та стратегії їх просування в цифровому середовищі

7. Програмні результати навчання

Код	Програмний результат навчання
ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності, а також знати і розуміти основні концепції, теоретичні та практичні проблеми в галузі харчових технологій.
ПРН2	Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
ПРН3	Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
ПРН4	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, в т.ч. науково-технічну, з різних джерел та застосовувати її для вирішення конкретних технічних і технологічних завдань, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
ПРН5	Здійснювати технологічні, технічні, економічні розрахунки в рамках розроблення та виведення харчових продуктів на споживчий ринок, вести облік витрат матеріальних ресурсів
ПРН6	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
ПРН7	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
ПРН8	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності, практичного застосування маркетингового інструментарію та проведення досліджень прикладного характеру.
ПРН9	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
ПРН10	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
ПРН11	Вміти доносити результати діяльності, пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу та харчових технологій, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
ПРН12	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
ПРН13	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН14	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи та виявляти творчу ініціативу з питань ринкової трансформації економіки.
ПРН15	Підвищувати ефективність роботи шляхом поєднання самостійної та командної роботи, виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
ПРН16	Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
ПРН17	Виявляти творчу ініціативу, відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога та фахівця з харчових технологій, підвищувати рівень особистої професійної підготовки шляхом продовження освіти та самоосвіти.
ПРН18	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології, зокрема Вміти укладати ділову документацію державною мовою.
ПРН19	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей, зберігати та примножувати досягнення і цінності суспільства у професійній діяльності, вести здоровий спосіб життя
ПРН20	Знати наукові основи технологічних процесів харчових виробництв та закономірності фізико-хімічних, біохімічних і мікробіологічних перетворень основних компонентів продовольчої сировини під час технологічного перероблення.
ПРН21	Знати і розуміти основні чинники впливу на перебіг процесів синтезу та метаболізму складових компонентів харчових продуктів і роль нутрієнтів у харчуванні людини.
ПРН22	Організовувати, контролювати та управляти технологічними процесами переробки продовольчої сировини у харчові продукти, у тому числі із застосуванням технічних засобів автоматизації і систем керування.
ПРН23	Вміти розробляти або удосконалювати технології харчових продуктів підвищеної харчової цінності з врахуванням світових тенденцій розвитку галузі.
ПРН24	Вміти розробляти проекти технічних умов і технологічних інструкцій на харчові продукти.
ПРН25	Впроваджувати системи управління якістю та безпечністю харчових продуктів.
ПРН26	Визначати відповідність показників якості сировини, напівфабрикатів і готової продукції нормативним вимогам за допомогою сучасних методів аналізу (або контролю).
ПРН27	Вміти проектувати нові та модернізувати діючі підприємства, цехи, виробничі дільниці із застосуванням систем автоматизованого проектування та програмного забезпечення.
ПРН28	Обирати сучасне обладнання для технічного оснащення нових або реконструйованих підприємств (цехів), знати принципи його роботи та правила експлуатації, складати апаратурно-технологічні схеми виробництва харчових продуктів запроєктованого асортименту.
ПРН29	Підвищувати ефективність виробництва шляхом впровадження ресурсоощадних та конкурентоспроможних технологій, аналізувати стан і динаміку попиту на харчові продукти.
ПРН30	Впроваджувати сучасні системи менеджменту підприємства.
ПРН31	Дотримуватися правил техніки безпеки та проводити технічні та організаційні заходи щодо організації безпечних умов праці під час виробничої діяльності.
ПРН32	Організовувати процес утилізації відходів та забезпечувати екологічну чистоту виробництва.
ПРН33	Мати базові навички проведення теоретичних та/або експериментальних наукових досліджень, що виконуються індивідуально та/або у складі наукової групи.
ПРН34	Мати навички з організації роботи окремих виробничих підрозділів підприємства та координування їх діяльності.

ПРН35	Мати навички розробляти та реалізувати стратегії цифрового просування інноваційних продуктів Фуд-сервісу, що базуються на глибокому розумінні технологічних циклів виробництва, стандартів безпечності сировини та принципів сталого розвитку
ПРН36	Надавати допомогу за алгоритмом MARCH, PAWS у критичних умовах, користуватися сучасними навігаційними системами та засобами зв'язку, виконувати базові дії зі стрілецькою зброєю та розрізняти мінні загрози, застосовувати тактичні навички для захисту та евакуації населення, протидіяти інформаційному впливу ворога, діяти на місцевості із урахуванням загроз БПЛА

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення:

До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають освітній, професійній кваліфікації та досягненням у професійній діяльності згідно Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності; професіонали-практики та інші стейкхолдери. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники здійснюють підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Всього науково-педагогічних працівників групи забезпечення – 30 у т. ч. доктори наук, професори – 10; кандидати наук, доценти – 26.

Матеріально-технічне забезпечення:

Матеріально-технічні ресурси в повному обсязі забезпечують потреби студентів, оскільки НУБіП України має 17 навчальних корпусів і 14 гуртожитків (у НДГ і ДС університету 6 гуртожитків). Матеріально-технічна база включає їдальню, кінно-спортивний комплекс, наукову бібліотеку, інформаційний центр, автомобільну базу та телефонну станцію. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам. В умовах пандемії COVID-19 та воєнного стану в корпусах та гуртожитках ЗВО вжито систему відповідних заходів для безпеки співробітників та студентів: впроваджено дистанційну форму навчання, організовані заходи щодо санітарної обробки приміщень, температурного скринінгу, наявні санітайзери, запроваджено масковий режим, відремонтовані і відповідно обладнані бомбосховища та укриття, розроблено план дій на випадок блекауту. Навчально-лабораторна 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 лабораторії обладнані необхідними приладами, інструментами, комп'ютерами та програмним забезпеченням. Кафедри мають усе необхідне обладнання і прилади для проведення занять. Факультет має навчальні лабораторії «Маркетинг в АПК», «Економічної теорії та біоекономіки», які оснащені комп'ютерами. Для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр» за ОП «Маркетинг» створено всі необхідні умови для проведення занять у дистанційній формі. Для цього використовуються навчальні аудиторії з мультимедійним обладнанням, читальний зал з абонементом у корпусі №10 НУБіП України, комп'ютерні класи, навчально-наукові лабораторії.

В навчальному корпусі №12 НУБіП України створені сучасні лабораторії з харчових технологій, зокрема 5 навчальних лабораторій та 4 навчально-науково-виробничих лабораторій, які обладнані сучасними лабораторними приладами та хімічним посудом і реактивами

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення:

Віртуальне освітнє середовище НУБіП України об'єднує веб-сайт університету (-nubip.edu.ua), що містить інформацію про освітні програми, факультети, ННІ, кафедри, розклад занять, контакти викладачів та іншу інформацію; навчально-інформаційний портал (elearn.nubip.edu.ua), на якому розміщені електронні курси навчальних дисциплін; інформаційну систему «Е-деканат», особистий кабінет студента (my.nubip.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://dglib.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/opp-marketynh-ta-tekhnohohiyi-fud-servisu>

Реалізація програми базується на поєднанні сучасної IT-інфраструктури та спеціалізованих технологічних потужностей. Навчальний процес забезпечується комп'ютерними класами з ліцензійним програмним забезпеченням для digital-маркетингу та аналітики (CRM-системи, сервіси SEO/SMM-аналітики, графічні редактори), а також інноваційними лабораторіями харчових технологій. Особливу увагу приділено наявності тренінгових зон для фуд-дизайну та професійної фуд-зйомки, що дозволяє студентам створювати реальний цифровий контент для просування продуктів харчування. Програма забезпечена доступом до міжнародних наукометричних баз даних (-Scopus, Web of Science) та спеціалізованих ресурсів у сфері ФудТіч і Діджитал маркетинг. Навчально-методичний комплекс кожної дисципліни включає кейс-стаді від провідних гравців ринку фуд-сервісу. Використання віртуальних навчальних середовищ (Moodle, Google Classroom) та симуляторів управління ресторанним бізнесом дозволяє здобувачам відпрацьовувати сценарії маркетингового управління в режимі реального часу. До викладання залучено практиків – сертифікованих Google-маркетологів, бренд-шефів та управлінців ФудТіч-проектів. Ключовою особливістю є методика team teaching (командне викладання), де інтегровані курси проводяться одночасно викладачами маркетингового та технологічного профілів, що забезпечує формування цілісного фахового світогляду.

9. Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність:

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

Міжнародна кредитна мобільність:

НУБіП України є активним учасником програм кредитної мобільності як за програмою Еразмус+, так і в рамках двосторонніх договорів, зокрема з такими університетами: Латвійський сільськогосподарський університет; Університет екології та менеджменту в Варшаві, Польща; Варшавський університет наук про життя, Польща; Університет Александра Стульгінскіса, Литва; Університет Агрисуп Діжон, Франція; Університет Фоджа, Італія; Університет Дікле, Туреччина; Технічний університет Зволен, Словаччина; Вроцлавський університет наук про життя, Польща; Вища школа сільського господарства м. Лілль, Франція; Університет короля Міхаїла, 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, ВХорватія; Неапольський Університет Федеріка, Італія; Університет м. Тарту, Естонія; Словацький аграрний університет м. Нітра, Словаччина; Університет Гайсенхайм, Німеччина; Університет прикладних наук Анхальт, Німеччина.

10. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти

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.

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

ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП

Цикл загальної підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЕКТС	Форма контролю
OK1	Вступ до фаху	4	Екзамен
OK2	Вища математика	4	Екзамен
OK3	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
OK4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	Екзамен, Залік
OK5	Інформаційні технології в професійній діяльності	3	Екзамен
OK6	Економікс	4	Екзамен
OK7	Основи психології	3	Екзамен
OK8	Безпека праці та життєдіяльності	3	Екзамен
OK9	Теорія ймовірностей та статистика	4	Екзамен
OK10	Техніка презентацій та веб дизайн	4	Екзамен
OK11	Правова забезпечення галузі	3	Екзамен
OK12	Етика та культура харчування	3	Екзамен
OK13	Менеджмент	4	Екзамен
OK14	Економіка та фінанси підприємства	4	Екзамен
OK15	Підприємництво та стартап-менеджмент	4	Екзамен
OK16	Облік і контроль діяльності підприємства	4	Екзамен
OK17	Фізичне виховання	3	Залік
OK18	Основи національного спротиву	5	Диф. залік

Цикл спеціальної (фахової) підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЕКТС	Форма контролю
OK19	Харчова хімія та сенсорний аналіз	4	Екзамен
OK20	Хімія смаку, запаху, кольору	4	Екзамен
OK21	Контент-маркетинг та копірайтинг у фуд-сфері	4	Екзамен
OK22	Маркетинг та курсова робота	6	Екзамен, Диф. залік
OK23	Ресторанна справа та курсова робота	7	Екзамен, Диф. залік, Залік
OK24	Загальні технології харчової промисловості	4	Екзамен
OK25	Діджитал-маркетинг	3	Екзамен
OK26	Маркетинг за видами діяльності: аграрний, послуг	8	Екзамен

OK27	Товарознавство харчових продуктів	4	Екзамен
OK28	Гігієна та санітарія галузі	4	Екзамен
OK29	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
OK30	Технологія продукції ресторанного господарства	5	Екзамен
OK31	Процеси та устаткування фуд-сервісу	5	Екзамен
OK32	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
OK33	Маркетингова цінова політика та курсова робота	6	Екзамен, Диф. залік
OK34	Логістика	4	Екзамен
OK35	Проектування закладів ресторанного господарства та курсова робота	5	Екзамен, Диф. залік
OK36	Сервісні технології та фуд – дизайн ресторанного господарства	4	Екзамен
OK37	Ризик-менеджмент	5	Екзамен
OK38	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
OK39	Навчальна практика	4	Диф. залік
OK40	Виробнича практика	8	Диф. залік
OK41	Виробнича (переддипломна) практика	3	Диф. залік
OK42	Підготовка та захист бакалаврської кваліфікаційної роботи (проект)	3	Захист

ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП

Цикл загальної підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЕКТС	Форма контролю
ВКУ1	Вибір з каталогу	3	Залік
ВКУ2	Вибір з каталогу	3	Залік

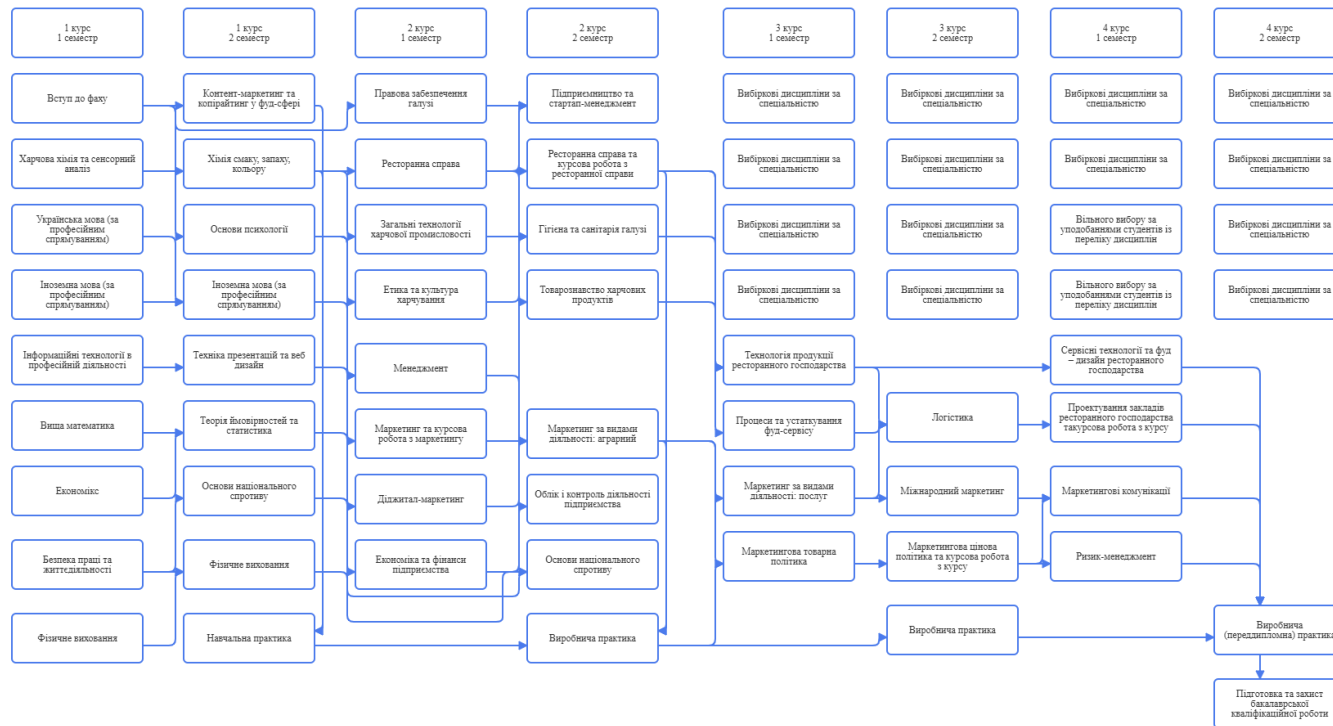
Цикл спеціальної (фахової) підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЕКТС	Форма контролю
ВК1	Діджитал реклама	3	Екзамен
ВК2	Інтернет-маркетинг та комунікації	3	Екзамен
ВК3	Інфраструктура товарного ринку	3	Екзамен
ВК4	Світова економіка і торгівля	3	Екзамен
ВК5	Етнокультурологія	3	Екзамен
ВК6	Енологія і еногастрономія	3	Екзамен
ВК7	Організація дозвілля в закладах ресторанного господарства	3	Екзамен
ВК8	Крафтові технології	3	Екзамен
ВК9	Оmnіканальний маркетинг	3	Екзамен
ВК10	Управління продажами	3	Екзамен
ВК11	Smm – маркетинг	3	Екзамен

BK12	Маркетингові дослідження	3	Екзамен
BK13	Біохімія	3	Екзамен
BK14	Кондитерське та пекарське мистецтво	3	Екзамен
BK15	Маркування харчових продуктів	3	Екзамен
BK16	Кейтеринг	3	Екзамен
BK17	Хмарні інструменти в маркетингу	3	Екзамен
BK18	Електронна комерція	3	Екзамен
BK19	Поведінка споживачів	3	Екзамен
BK20	Бізнес-планування в ресторанному господарстві	3	Екзамен
BK21	Технологія полісахаридів	3	Екзамен
BK22	Харчові добавки	3	Екзамен
BK23	Дизайн закладів ресторанного господарства	3	Екзамен
BK24	Стартап-менеджмент в індустрії гостинності	3	Екзамен
BK25	Нейромаркетинг у фуд-сервісі	6	Екзамен
BK26	Ідентифікація та методи виявлення фальсифікату харчових продуктів	6	Екзамен
BK27	Influencer-маркетинг та робота з фуд-блогерами	6	Екзамен
BK28	Стандартизація та управління якістю продукції та послуг ресторанного господарства	6	Екзамен
BK29	Барна справа та організація роботи сом'ї	6	Екзамен
BK30	Екотренди в ресторанному господарстві	6	Екзамен
BK31	Кухні народів світу	6	Екзамен
BK32	Інклюзія в індустрії гостинності	6	Екзамен

Сума обов'язкових компонентів:	180
Сума вибіркових компонентів:	60
Всього:	240

Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг та технології фуд-сервісу»



Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників міждисциплінарної освітньо-професійної програми «Маркетинг та технології фуд-сервісу» спеціальностей D5 «Маркетинг» та G13 «Харчові технології» проводиться у формі захисту бакалаврської кваліфікаційної роботи (проекту) та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра за освітньою програмою «Маркетинг та технології фуд-сервісу».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

фуд-сервісу»

[illegible]

ЗМІНИ ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Протокол засідання вченої ради від 26.08.2026 №1

1. На виконання вимог статті 6 Закону України «Про основи національного спротиву», наказу Міністерства освіти і науки України від 30.06.2026 р. № 1002 «Про затвердження Типової програми навчальної дисципліни «Основи національного спротиву», наказу ректора університету від 28.01.2026 р. № 72, з метою організованого викладання дисципліни «Основи національного спротиву»:

- збільшено кількість кредитів ЄКТС даного курсу з 3 (90 год.) до 5 (150 год.) за рахунок зменшення кількості кредитів з курсу «Інформаційні технології в професійній діяльності» (з 4 (120 год.) до 3 (90 год.) кредитів ЄКТС) та «Безпека праці та життєдіяльності» (з 4 (120 год.) до 3 (90 год.) кредитів ЄКТС);
- змінено форму підсумкової атестації «Залік» на «Диференційований залік»;
- додано загальну компетентність ЗК22 «Здатність брати участь у національному спротиві»;
- додано програмні результати навчання ПРН36 «Надавати допомогу за алгоритмом MARCH, PAWS у критичних умовах, користуватися сучасними навігаційними системами та засобами зв'язку, виконувати базові дії зі стрілецькою зброєю та розрізняти мінні загрози, застосовувати тактичні навички для захисту та евакуації населення, протидіяти інформаційному впливу ворога, діяти на місцевості із урахуванням загроз БПЛА»;
- дисципліну «Фізичне виховання» замість 1 семестру розподілено між 1 і 2 семестрами (відповідно 2 (60 год.) та 1 (30 год.) кредити ЄКТС).

2. Збільшено кількість кредитів ЄКТС курсу «Маркетинг», з якого передбачена курсова робота з 5 (150 год.) до 6 (180 год.) кредитів ЄКТС за рахунок зменшення кількості кредитів дисципліни «Діджитал-маркетинг» з 4 (120 год.) до 3 (90 год.) кредитів ЄКТС.

3. Збільшено кількість кредитів ЄКТС курсу «Маркетинг за видами діяльності: аграрний, послуг» з 7 (210 год.) до 8 (240 год.) кредитів ЄКТС за рахунок зменшення кількості кредитів дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» з 4 (120 год.) до 3 (90 год.) кредитів ЄКТС.