



**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
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Кваліфікація: Бакалавр. Бакалавр маркетингу

Стандарт вищої освіти затверджено
наказом МОН України від 5 грудня 2018 р. № 1343



СЕД НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ Master
№20455 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

Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Національного університету біоресурсів і природокористування України», затвердженими Вченою радою. Наявність повної загальної середньої освіти. Підготовка фахівців з маркетингу проводиться заочною (денною) та заочною формами навчання

Розроблено проектною групою у складі:

1. **Гераймович Віолета Леонтіївна**, кандидат економічних наук, доцент, Доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, **гарант програми**.
2. **Нагорна Олена Вікторівна**, кандидат економічних наук, доцент, Доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
3. **Карпенко Лариса Федорівна**, кандидат економічних наук, доцент, Доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
4. **Барилевич Олена Михайлівна**, кандидат економічних наук, доцент, Доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
5. **Томашук Іван Олегович**, директор ТОВ «БІЗНЕС АГРО ІМПЕРІЯ», м. Вінниця.
6. **Бугрим Єгор Валентинович**, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Маркетинг» (вступник 2023 р.).

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Галина ТАРАСЮК - доктор економічних наук, професор, декан факультету бізнесу та сфери обслуговування Державного університету «Житомирська політехніка».

Артем ЦИГАННИК – директор ТОВ «УКРАГРО ПРЕМ'ЄР».

Володимир ЩУКА - директор ТОВ «Горинь».

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. Бакалавр маркетингу

Офіційна назва освітньої програми: «Маркетинг»

Тип освітньої програми: Освітньо-професійна

Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право»

Обсяг освітньої програми: 240 кредитів

Термін навчання: 3 роки 10 місяців

Форма здобуття освіти: Заочна, Денна

Мова(и) викладання: Українська, Англійська

Інтернет-адреса постійного розміщення опису ОП:

<https://nubip.edu.ua/opp-d5-marketynh-pershoho-bakalavrskoho-rivnya-vyshchoyi-osvity>

Наявність акредитації: Сертифікат про акредитацію освітньої програми №19145, дійсний до 01.07.2031 р.

2. Мета освітньої програми

Мета програми – підготувати фахівців із системними знаннями та практичними навичками в галузі маркетингу, здатних застосовувати сучасні методи, цифрові інструменти й аналітику для дослідження ринків та розроблення ефективних маркетингових стратегій, зокрема в аграрному секторі. Програма спрямована на формування професійної етики, соціальної відповідальності, культури ділової комунікації, а також розвиток критичного мислення, лідерських якостей, інноваційності та готовності до безперервного професійного зростання.

3. Характеристика програми

Предметна область:

Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 «Маркетинг»

Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно- категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та

їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, 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», спеціальності D5 «Маркетинг»

Формування у здобувачів системних знань та практичних навичок у сфері маркетингу, спрямованих на аналіз ринкових процесів, дослідження поведінки споживачів, управління товарною, ціновою, збутовою та комунікаційною політикою підприємств. Програма поєднує фундаментальну економічну й управлінську підготовку з сучасними цифровими інструментами маркетингу та орієнтована на розвиток компетентностей, необхідних для ефективної професійної діяльності й подальшого кар'єрного зростання.

Ключові слова: концепції маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, маркетингова діяльність, поведінка споживача., маркетингові комунікації, ключові слова: маркетинг, збутова діяльність, аграрний маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова товарна політика

Особливості програми:

Освітня програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей, необхідних для проведення маркетингових досліджень, аналізу поведінки споживачів, а також для розроблення й реалізації товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємств, в тому числі аграрних. Програма також передбачає опанування міжнародного та цифрового маркетингу як ключових складових сучасної професійної підготовки. Особлива увага приділяється підготовці фахівців, здатних забезпечувати конкурентоспроможність українського аграрного сектору на національному та світових ринках, впроваджувати інноваційні маркетингові технології, дотримуватися принципів соціальної та екологічної відповідальності, сприяти сталому розвитку сільських територій і продовольчої безпеки держави. Підготовка здобувачів за ОП 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:

3415 Агент комерційний; 3415 Мерчандайзер;

3415 Торговець комерційний;

3415 Торговець промисловий; 3415 Представник торговельний; 3415 Комівояжер; 3415 Торговець роз'їзний

3419 Товарознавець

3419 Організатор із збуту;

3419 Організатор з постачання; 3429 Агент рекламний;

3429 Представник з реклами;

3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклами).

3439 Фахівець з інтерв'ювання

Права випускників на працевлаштування не обмежуються.

Можливості продовження навчання:

Можливість навчання за програмою другого циклу FQENEA, 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, проектної роботи в командах, самостійного навчання на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами, виробнича та переддипломна практика на підприємствах. Підготовка до атестаційного екзамену.

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".

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. 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 100бальною шкалою.

Письмові екзамени із співбесідою та захисту білетів, здача звітів та захист лабораторних/практичних робіт, рефератів в якості самостійної роботи, проведення дискусій, семінарів та модулів, підготовка есе, презентацій, захист курсових робіт.- Атестація здійснюється у формі складання атестаційного екзамену.

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.

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 ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності
ЗК16	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
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 до теоретичного узагальнення та практичного використання маркетингових інструментів з метою вирішення бізнес-задач та для підвищення ефективності функціонування суб'єктів підприємницької діяльності

7. Програмні результати навчання

Код	Програмний результат навчання
ПРН1	Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності
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, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію
ПРН5	Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів
ПРН6	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності
ПРН7	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію
ПРН8	Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища
ПРН9	Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень
ПРН10	Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта
ПРН11	Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта
ПРН12	Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним
ПРН13	Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи
ПРН14	Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення
ПРН15	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
ПРН16	Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки
ПРН17	Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології
ПРН18	Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності

ПРН19	Демонструвати навички розробки маркетингової політики підприємства, застосовувати сучасні методи, концепції та інструменти маркетингової товарної політики, ціноутворення, збуту, комунікацій, дослідження поведінки споживачів, формування цільової аудиторії з метою визначення перспектив розвитку суб'єктів ринку
ПРН20	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
ПРН21	Демонструвати здатність здійснювати професійну, академічно доброчесну та етично відповідальну комунікацію у сфері маркетингу державною мовою, застосовувати норми ділового та наукового мовлення, аргументовано презентувати власні позиції, дотримуючись стандартів професійної етики та корпоративної культури

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.

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. 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.

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 залів на 527 місць з вільним доступом до мережі Інтернет. Електронні ресурси бібліотеки: електронний каталог, цифрова бібліотека (<https://dglb.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 Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на сторінці освітньої програми (-<https://nubip.edu.ua/opp-d5-marketynh-pershoho-bakalavrskoho-rivnya-vyshchoyi-osvity>)

Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення повністю відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти. Це гарантує відповідність програми державним стандартам та забезпечує належний рівень підготовки здобувачів.

Університет має достатню кількість навчальних, навчально-методичних та бібліотечно-інформаційних ресурсів, що гарантують якісне засвоєння знань здобувачами за ОП "Маркетинг". Зокрема, студенти мають доступ до:

Підручників, навчальних посібників, методичних матеріалів; Конспектів лекцій та їх презентацій у електронному вигляді; Робочих програм та силабусів дисциплін.

Освітній процес активно підтримується цифровими технологіями: освітній сайт НУБІП (<https://nubip.edu.ua/>) містить інформацію про факультет аграрного менеджменту та кафедру маркетингу та міжнародної торгівлі; навчальний портал e-Learn НУБІП України містить електронні навчальні курси освітніх компонентів, що забезпечують ОПП "Маркетинг"(elearn.nubip.edu.ua). Інструменти дистанційного навчання – корпоративні точки доступу Cisco Webex Meetings дозволяють проводити онлайн-заняття та консультації. Для забезпечення якісного навчального процесу використовується сучасне мультимедійне обладнання:

Мультимедійний проектор; проекційний екран;

інтерактивна мультимедійна дошка;

комп'ютери з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет MS Office). Функціонування освітніх онлайн-ресурсів сприяє активній самостійній роботі студентів. Вони мають доступ до навчальних матеріалів у будь-який час, що дозволяє поглиблювати знання та ефективно опановувати дисципліни програми. Освітньо-професійна програма "Маркетинг" НУБіП України має сучасне інформаційне, методичне та технічне забезпечення, що відповідає всім ліцензійним вимогам та сприяє високоякісній підготовці фахівців у сфері маркетингу.

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 Зволлен, 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. Факультет аграрного менеджменту є активним учасником та виконавцем низки міжнародних проєктів, а саме: Міжнародний проєкт Erasmus+ ka2 "from theoretical-oriented to practical education in agrarian studies (topas)"· horizon 2020 project agroinlog "Demonstration of innovative intergrated biomass logistic centers for the Agro-industry sector in Europe" – GA no 727961; Міжнародний проєкт мобільності Erasmus+ ICM з Університетом Гайсенхайм (Німеччина), Університетом Лілль (Франція), УПН Вайєнштефан (Німеччина), УПН Ангальт (Німеччина), Варшавським університетом наук про життя (Польща), Уніве(Іспанія) тощо; Проєкт "Кафедра Жана Монне «Соціальні та культурні аспекти Європейських Студій» (SCAES) - 620635-EPP-12020-1-UA-EPPJMO-CHAIR; Проєкт Жана Монне «Європейські цінності різноманіття та інклюзії для сталого розвитку» Erasmus+ Jean Monnet Project (EVDISD) Проєкт DAAD "Діджиталізація навчального процесу в

українських аграрних університетах”; Проєкт DAAD “Україна цифрова: забезпечення академічної успішності під час кризи. рситетом Фоджа (Італія), Університетом Ллейда.

10. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.

Студенти навчаються в групах з англійською мовою викладання разом з українськими студентами.

11. Умови вступу

Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Національного університету біоресурсів і природокористування України», затвердженими Вченою радою. Наявність повної загальної середньої освіти. Підготовка фахівців з маркетингу 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 ЕКТС	Форма контролю
OK1	Вища математика	4	Екзамен
OK2	Теорія ймовірностей та статистика	5	Екзамен
OK3	Менеджмент	5	Екзамен
OK4	Прикладне моделювання	5	Екзамен
OK5	Економіка підприємства	4	Екзамен
OK6	Бухгалтерський облік в прикладних програмних рішеннях	4	Екзамен
OK7	Економічна інформатика	4	Екзамен
OK8	Економікс	12	Екзамен, Залік
OK9	Фінанси підприємства	3	Екзамен
OK10	Психологія	4	Екзамен
OK11	Техніка презентацій та веб дизайн	4	Екзамен
OK12	Бізнес- комунікації	4	Екзамен
OK13	Основи національного спротиву	5	Диф. залік
OK14	Іноземна мова	7	Екзамен, Залік
OK15	Агросистеми та сталий розвиток	8	Екзамен
OK16	Фізичне виховання	3	Залік
OK17	Заснування власної справи	4	Екзамен
OK18	Вступ до фаху та академічна доброчесність у професійній комунікації	5	Екзамен, Залік
OK19	Правове забезпечення управлінської діяльності	3	Екзамен

Цикл спеціальної (фахової) підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЕКТС	Форма контролю
OK20	Маркетинг	6	Екзамен
OK21	Маркетинг за видами діяльності: послуг, промисловий, аграрний	8	Екзамен
OK22	Інфраструктура товарного ринку	4	Екзамен
OK23	Стандартизація та управління якістю	3	Екзамен
OK24	Управління персоналом	3	Екзамен
OK25	Світова економіка і торгівля	5	Екзамен, Залік
OK26	Маркетингова товарна політика з основами товарознавства	6	Екзамен, Залік

OK27	Основи цифрового маркетингу	4	Екзамен
OK28	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
OK29	Поведінка споживачів	4	Екзамен
OK30	Маркетингова цінова політика	7	Екзамен, Залік
OK31	Маркетингові комунікації	6	Екзамен, Залік
OK32	Маркетингова політика розподілу	4	Екзамен
OK33	Міжнародний маркетинг	3	Екзамен
OK34	Логістика	3	Екзамен
OK35	Ризик-менеджмент	3	Екзамен
OK36	Практична підготовка	13	Диф. залік, Залік
OK37	Атестаційний екзамен	1	Екзамен

ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП

Цикл загальної підготовки

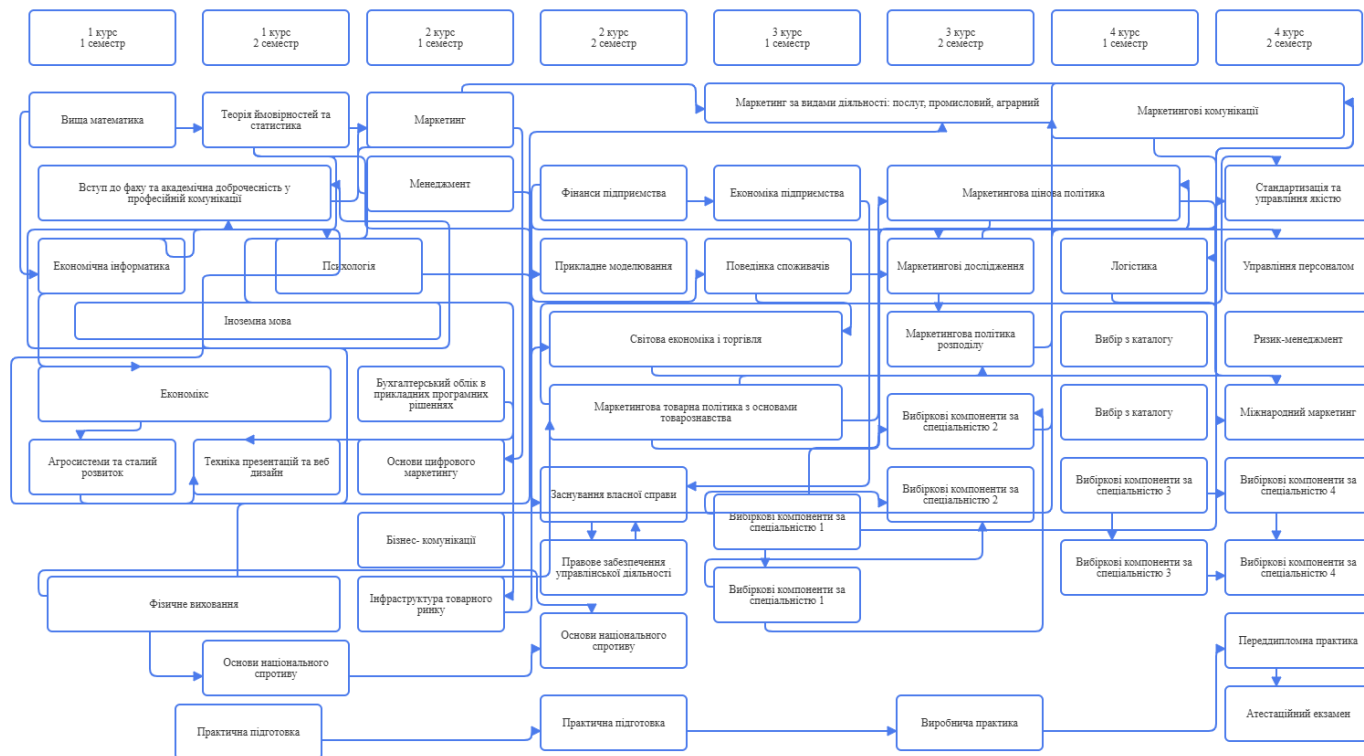
Код	Назва дисципліни	Кредити ЄКТС	Форма контролю
ВКУ1	Вибір з каталогу	3	Залік
ВКУ2	Вибір з каталогу	3	Залік

Цикл спеціальної (фахової) підготовки

Код	Назва дисципліни	Кредити ЕКТС	Форма контролю
BK1.1	Маркетинг у digital середовищі	7	Екзамен
BK1.2	Основи рекламної діяльності	7	Екзамен
BK1.3	Інтернет-комунікації	7	Екзамен
BK1.4	Контент маркетинг	7	Екзамен
BK2.1	Оmnіканальний маркетинг	7	Екзамен
BK2.2	Управління продажами	7	Екзамен
BK2.3	Маркетинг соціальних мереж	7	Екзамен
BK2.4	Інтернет-аналітика	7	Екзамен
BK3.1	Хмарні інструменти в маркетингу	7	Екзамен
BK3.2	Проектний аналіз	6	Екзамен
BK3.3	Маркетинговий аудит	7	Екзамен
BK3.4	Маркетинговий аналіз	7	Екзамен
BK4.1	Комерційно-посередницька діяльність	6	Екзамен
BK4.2	Електронна комерція	7	Екзамен
BK4.3	Технологія прямих продаж	6	Екзамен
BK4.4	Маркетинг некомерційних організацій	6	Екзамен

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

Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів освітньо-професійної програми «Маркетинг» »



Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випусників освітньо-професійної програми спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі складання атестаційного екзамену та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавр із присвоєнням кваліфікації бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

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

[illegible]

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

[illegible]

ЗМІНИ ДО ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Протокол засідання вченої ради від 26.08.2026 №1

1. У розділі " Загальні компетентності" - ЗК 16 викладено у трактуванні : "Здатність брати участь у національному спротиві"
2. У розділі " Програмні результати навчання" - ПРН 2 викладено у трактуванні "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".
3. Уточнено структурно-логічну схему, а саме додано ОК Основи національного спротиву у 2 семестрі 1 курсу
4. На виконання вимог статті 62 Закону України " Про основи національного спротиву", наказу МОН 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" внесено дану дисципліну загальним обсягом 5 кредитів, у тому числі додано в 2 семестрі - 3 кредити та в 4 семестрі залишено 2 кредити. Скорочено ОК Іноземна мова рівно на 60 годин / 2 кредити. Додатково у "Психології "15 годин перенесено з лекцій у самостійну роботу, у "Бізнес-комунікаціях" прибрано 15 практичних годин, частину навантаження перенесено з 3-го семестру у 2-й семестр.