



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол № 10 від 25.04.2025 р.
засідання вченої ради НУБіП України

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 01.09.2025 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

підготовки здобувачів

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D 5 «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 – 2025

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 проєктною групою у складі:

- 1. Луцій Олександр Павлович**, кандидат економічних наук, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, гарант програми.
- 2. Бондаренко Валерій Михайлович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
- 3. Рябчик Алла Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
- 4. Омеляненко Олександр Васильович**, доктор філософії маркетингу, викладач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
- 5. Кальковська Ірина Олегівна**, асистент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
- 6. Сиящок Марія Олександрівна**, здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 – Маркетинг.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

- 1. Лилик Ірина Вікторівна**, президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу»;
- 2. Степанець Ігор Павлович**, директор ПП «Земельний капітал»;
- 3. Чернявський Іван Юрійович**, в.о. генерального директора ДП «Український інститут інтелектуальної власності» (м. Київ);
- 4. Грищенко Алла Миколаївна**, директор ПП Агрофірма «Мета»;
- 5. Прокопенко Роман Андрійович**, начальник відділу методології ціноутворення та аналізу цінової ситуації управління цінової політики департаменту розвитку реального сектору економіки Міністерства економіки України.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D 5 «Маркетинг»

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет біоресурсів і природокористування України Факультет аграрного менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: Магістр Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік і 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитація освітньо-професійної програми проведена у 2018 році (наказ МОН України від 08.01.2019 р. № 13, сертифікат про акредитацію Серія УД №11006776 відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 27 грудня 2018 р. протокол № 133)
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ -EHEA - другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Національного університету біоресурсів і природокористування України», затвердженими Вченою радою. Наявність базової вищої освіти. Підготовка фахівців проводиться заочною (денною) та заочною формами навчання
Мова(и) викладання	Українська
Форми здобуття та термін дії освітньої програми	Форми здобуття вищої освіти – денна та заочна. Термін дії освітньо-професійної програми «Маркетинг» 1 рік 4 міс.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nubip.edu.ua/node/46601
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Метою освітньо-професійної програми є підготовка магістрів маркетингу, що володіють системою сучасних знань з теорії й методології маркетингу та практичними навичками у сфері маркетингового управління сучасними сільськогосподарськими підприємствами й організаціями 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 у галузі аграрного маркетингу, розробки стратегій, планів, програм з маркетингу та впровадження інноваційних технологій в управлінську діяльність сільськогосподарських підприємств.	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
Опис предметної області	• 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; понятійнокатегорійний 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
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма зорієнтована на вивчення здобувачами актуальних теоретичних, методичних та практичних питань у сфері сучасного маркетингового управління підприємствами й організаціями 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.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі D «Бізнес, адміністрування та право» D5 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, маркетинг-мікс, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, бренд-менеджмент, логістичний менеджмент, цифровий маркетинг, аграрна політика
Особливості освітньо-професійної 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 та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» можуть працювати на підприємствах, в установах, бізнес-організаціях усіх видів економічної діяльності та форм власності. Зокрема, магістр маркетингу (освітньо-професійна програма

	«Маркетинг») здатний виконувати професійну роботу за Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (КП) та іншими, які визначені Національним класифікатором України. Умови присвоєння освітньої кваліфікації. Присвоюється на підставі успішного виконання вимог освітньо-професійної програми.
Подальше навчання	Магістр маркетингу має право продовжити навчання на третьому (освітньо-професійному) рівні вищої освіти. 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 шкалою та національною системою оцінювання («Відмінно», «Добре», «Задовільно», «Незадовільно»). 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(ЗК)	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, предметні) компетентності (СК)	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	
	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 проектів державною та іноземною мовами. ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти 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 (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 повнотекстових 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://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 (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 Александраса Стульгінскіса, Литва; Університет Агрисуп, Діжон, Франція; Університетом Фоджа, Італія; Університет Дікле, Туреччина; Технічний університет Зволєн, Словаччина; Вроцлавський університет наук про життя, Польща; Вища школа сільськогосподарства м Лілль, 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

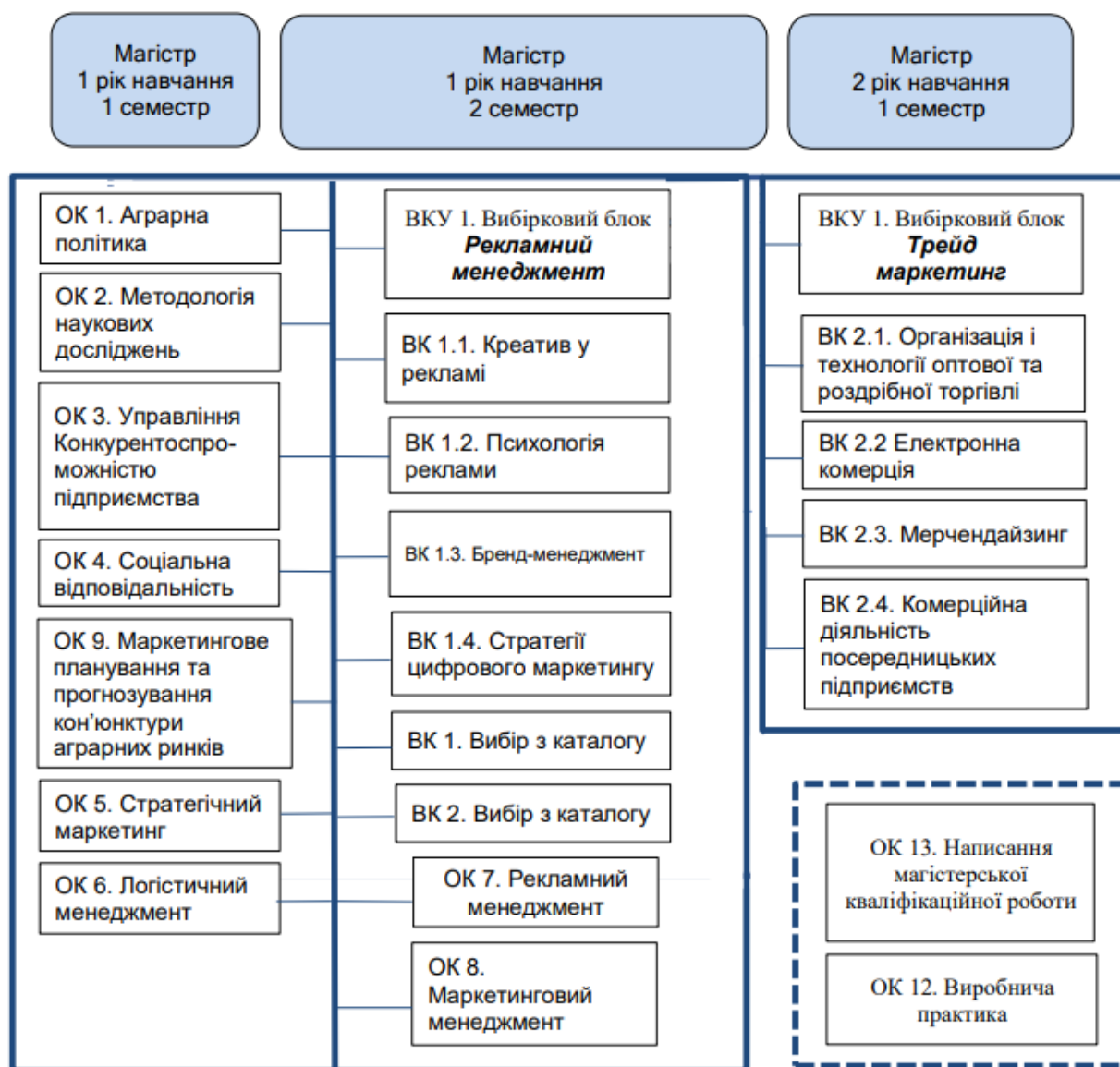
	проектів, сприяння у підтримці та реалізації навчальних програм з видачею подвійних дипломів про освіту
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою підготовкою з української мови за окремим розкладом. Студенти-іноземці навчаються як в окремих академічних групах, так і долучені в групи з англomовним навчанням, де навчаються в тому числі студенти-українці. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Аграрна політика	4	екзамен
ОК 2	Методологія наукових досліджень	3	екзамен
ОК 3	Управління конкурентоспроможністю підприємства	4	екзамен
ОК 4	Соціальна відповідальність	3	екзамен
Всього		14	
Цикл спеціальної (фахової) підготовки			
ОК 5	Стратегічний маркетинг	5	екзамен, к. р.
ОК 6	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 7	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ОК 8	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен, к. р.
ОК 9	Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків	6	екзамен/залік
ОК 10	Виробнича практика	24	залік
ОК 11	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	6	
Всього		53	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		67	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП			
Цикл загальної підготовки			
ВКУ 1	Вибір з каталогу	3	залік
ВКУ 2	Вибір з каталогу	3	залік
Всього		6	
Цикл спеціальної (фахової) підготовки			
<i>Вибірковий блок 1 «Рекламний менеджмент»</i>			
ВК 1.1	Креатив у рекламі	5	екзамен
ВК 1.2	Психологія реклами	4	екзамен
ВК 1.3	Бренд- менеджмент	4	екзамен
ВК 1.4	Стратегії цифрового маркетингу	4	екзамен
Всього		17	
<i>Вибірковий блок 2 «Трейд маркетинг»</i>			
ВК 2.1	Організація і технології оптової та роздрібної торгівлі	4	екзамен
ВК 2.2	Електронна комерція	5	екзамен
ВК 2.3	Мерчендайзинг	4	екзамен
ВК 2.4	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	екзамен
Всього		17	
Загальний обсяг вибірових компонентів		23	
Разом за ОПП		90	

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



3. 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. Кваліфікаційна робота розміщується у відкритому доступі в цифровій бібліотеці НУБіП України.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної D5 «Маркетинг»

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ВК 1.1	ВК 1.2	ВК 1.3	ВК 1.4	ВК 2.1	ВК 2.2	ВК 2.3	ВК 2.4
ЗК 1	+	+	+		+	+	+	+	+					+	+	+		+	
ЗК 2					+		+		+	+		+	+	+	+				
ЗК 3			+		+	+	+	+	+	+				+		+			+
ЗК 4	+			+	+			+	+	+				+		+			+
ЗК 5				+			+	+		+			+	+	+			+	
ЗК 6	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+			+	+		+		+
ЗК 7					+				+	+				+	+	+	+		+
ЗК 8		+			+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+
СК 1		+	+		+	+	+	+	+	+	+			+	+		+	+	+
СК 2		+	+		+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	
СК 3		+	+		+	+	+	+	+	+	+			+	+				
СК 4							+			+	+	+	+	+	+			+	
СК 5	+	+	+		+			+	+	+	+			+	+				
СК 6					+	+	+	+	+	+				+		+	+	+	+
СК 7			+		+			+	+	+	+			+					
СК 8					+	+		+	+	+	+			+	+	+			
СК 9		+			+			+	+	+	+			+	+				
СК 10	+		+		+			+										+	+
СК 11							+			+	+				+		+		

5.Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми D5 «Маркетинг»

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	БК 1.1	БК 1.2	БК 1.3	БК 1.4	БК 2.1	БК 2.2	БК 2.3	БК 2.4
ПРН1		+			+	+	+	+	+	+	+			+	+		+		
ПРН2					+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	
ПРН3	+	+					+		+	+	+			+	+				
ПРН4	+							+	+	+	+			+	+				
ПРН5		+						+	+	+	+	+		+					
ПРН6			+		+	+	+	+	+	+	+			+	+	+			
ПРН7					+	+	+	+	+	+	+			+	+	+			
ПРН8				+			+			+			+		+		+	+	+
ПРН9		+			+	+	+	+	+	+						+		+	
ПРН10			+		+	+		+	+					+					
ПРН11		+			+				+										
ПРН12					+			+	+	+	+						+	+	
ПРН13					+			+	+										
ПРН14				+		+	+				+				+	+	+	+	+
ПРН15	+	+			+				+	+	+				+				
ПРН16			+		+			+	+		+			+	+	+	+		
ПРН17							+			+	+	+	+		+		+		

6. ЛИСТ ОБЛІКУ ЗМІН ТА ОНОВЛЕННЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Предмет змін	2025 р.	2026 р.	2027 р.
У разі модернізації при зміні законодавства			
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	На вимогу Постанови КМУ від 30.08.2024 р. № 1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» змінено назви галузі та спеціальності ОП, а саме: - <i>галузь знань 07 Управління та адміністрування, спеціальність 073 Менеджмент</i> змінено на галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D3 Менеджмент		
Основний фокус освітньої програми			
Компетентності			
Програмні результати навчання			
При плановому оновленні			
Матриці відповідності ЗК, СК, ПРН			
Характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	+		
Структурно-логічна схема			
Перелік освітніх компонентів (дисципліни, практики, курсові роботи/проекти, кваліфікаційні роботи)			
Інше (зазначити)			

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН
підготовки здобувачів вищої освіти 2025 року вступу

Рівень вищої освіти

Галузь знань

Спеціальність

Освітня програма

Орієнтація освітньої програми

другий (магістерський)

D «Бізнес, адміністрування та право»

D5 «Маркетинг»

«Маркетинг»

освітньо-професійна

Форма здобуття вищої освіти

Термін навчання (обсяг кредитів ЄКТС)

На основі

денна

1 рік і 4 місяці (90 кредитів ЄКТС)

ОС «Бакалавр»

Ступінь вищої освіти

Кваліфікація

Магістр

магістр маркетингу

І. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти 2025 року вступу спеціальності D5 «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Рік навчання	2025 рік																2026 рік																																				
	Вересень				29	Жовтень				27	Листопад				Грудень				29	Січень				Лютий				Березень				30	Квітень				27	Травень				Червень				29	Липень				27		
	1	8	15	22	IX	6	13	20	X	3	10	17	24	1	8	15	22	XII	5	12	19	26	2	9	16	23	2	9	16	23	III	6	13	20	IV	4	11	18	25	1	8	15	22	VI	6	13	20	VII					
					4				1									3													4				2								4				1						
	6	13	20	27	X	11	18	25	XI	8	15	22	29	6	13	20	27	I	10	17	24	31	7	14	21	28	7	14	21	28	IV	11	18	25	V	9	16	23	30	6	13	20	27	VII	11	18	25	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	2026 рік																																																				
	Серпень				Вересень				28	Жовтень				Листопад				30	Грудень				28																														
	3	10	17	24	1	7	14	21	IX	5	12	19	26	2	9	16	23	XI	7	14	21	XII																															
									3									5					2																														
	8	15	22	29	5	12	19	26	X	10	17	24	31	7	14	21	28	XII	12	19	26	I																															
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	3	II	II	II	II	//																																	

	-	теоретичне навчання
:	-	екзаменаційна сесія
-	-	канікули

X	-	виробнича практика
3	-	захист звітів з практики
II	-	підготовка магістерської кваліфікаційної роботи
II	-	атестація здобувачів вищої освіти (захист магістерської кваліфікаційної роботи)

І. ПЛАН ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

№ п/п	Назва освітньої компоненти	Загальний обсяг		Форми контролю знань			Аудиторні заняття, год.				Самостійна робота	Практична підготовка		Розподіл тижневих годин за роками навчання та семестрами		
		годин	Кредитів (1ЄКТС 30 год.)	за семестрами			Всього	у тому числі				Виробнича практика	Педагогічна (асистентська) практика	1 р.н.	2 р.н.	
				Екзамен	Залік	Курсова робота (проєкт)		семестр						1	2	3
								Кількість тижнів у семестрі								
								15	15	16						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП																
Цикл загальної підготовки																
ОК 1	Аграрна політика	120	4	1			45	15		30	75			3		
ОК 2	Методологія наукових досліджень	90	3	1			30	15		15	60			2		
ОК 3	Управління конкурентоспроможністю підприємства	120	4	1			60	30		30	60			4		
ОК 4	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																
ОК 5	Стратегічний маркетинг	150	5	1		1	60	30		30	90			4		
ОК 6	Логістичний менеджмент	120	4	1			45	15		30	75			3		
ОК 7	Рекламний менеджмент	120	4	2			60	30		30	60				4	
ОК 8	Маркетинговий менеджмент	120	4	2		2	45	15		30	75				3	
ОК 9	Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків	180	6	1			90	30		60	90			6		
ОК 10	Виробнича практика	720	24		3							720				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ОК 11	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	180	6								180					
Всього		1590	53	5	1	2	300	120	0	180	570	720	0	13	7	0
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		2010	67	9	1	2	465	195	0	270	825	720	0	24	7	0
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП																
Цикл загальної підготовки																
ВКУ 1	Вибір з каталогу	90	3		2		30	15		15	60				2	
ВКУ 2	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																
<i>Вибірковий блок 1 «Рекламний менеджмент»</i>																
ВК 1.1	Креатив у рекламі	150	5	2			60	30		30	90				4	
ВК 1.2	Психологія реклами	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК 1.3	Бренд менеджмент	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК 1.4	Стратегії цифрового маркетингу	120	4	2			45	15		30	75				3	
Всього		510	17	4	0	0	195	75	0	120	315	0	0	0	13	0
<i>Вибірковий блок 2 «Трейд маркетинг»</i>																
ВК 2.1	Організація і технології оптової та роздрібної торгівлі	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК 2.2	Електронна комерція	150	5	2			60	30		30	90				4	
ВК 2.3	Мерчендайзинг	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК 2.4	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 вибірових компонентів		690	23	4	2	0	255	105	0	150	435	0	0	0	17	0
Кількість курсових робіт						2										
Кількість заліків				3												
Кількість екзаменів				13												
Разом за ОПП		2700	90	13	3	2	720	300	0	420	1260	720	0	24	24	0

III. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

Освітні компоненти	Години	Кредити	%
Обов'язкові компоненти ОПП	2010	67	74
<i>Цикл загальної підготовки</i>	<i>420</i>	<i>14</i>	<i>16</i>
<i>Цикл спеціальної (фахової) підготовки</i>	<i>1590</i>	<i>53</i>	<i>59</i>
Вибіркові компоненти ОПП	690	23	26
<i>Цикл загальної підготовки</i>	<i>180</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
<i>Цикл спеціальної (фахової) підготовки</i>	<i>510</i>	<i>17</i>	<i>19</i>
Разом за ОПП	2700	90	100

IV. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО КІЛЬКІСТЬ КРЕДИТІВ

Рік навчання	Семестр	Кількість кредитів	Всього за навчальний рік
1	1	29	60
	2	31	
2	1	30	30
Разом			90

V. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, ТИЖНІ

Рік навчання	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Практична підготовка	Підготовка магістерської роботи	Атестація здобувачів	Канікули
1	30	4	0	-		14
2	-	-	16	3	1	-
Разом за ОПП	30	4	16	3	1	14

VI. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА

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

VII. КУРСОВІ РОБОТИ І ПРОЄКТИ

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

VIII. АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№	Складова атестації	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	180	6	4