



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

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Протокол № \_\_\_\_\_  
від " \_\_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2017 р.  
засідання вченої ради НУБіП України

В.о. ректора \_\_\_\_\_ С. Ніколаєнко

Освітньо-наукова програма вводиться в дію  
з \_\_\_\_\_ 2017 р.

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА**  
**«Маркетинг»**

**підготовки здобувачів**

**третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти**

**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

**Кваліфікація: PhD доктор філософії**

**Київ – 2017**

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти**  
**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

Перший проректор	_____	<b>Ібатулін І. І.</b>
Завідувач відділу аспірантури	_____	<b>Барабаш О. І.</b>
Декан факультету аграрного менеджменту	_____	<b>Остапчук А.Д.</b>
Керівник проектної групи, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі	_____	<b>Ларіна Я.С.</b>

## **ПЕРЕДМОВА**

Освітньо-наукова програма (ОНП) для підготовки фахівців третього рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для підготовки здобувачів вищої освіти на третьому (освітньо-науковому) рівні 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.

ОНП розроблено членами проектної групи Національного університету біоресурсів і природокористування України у складі:

- 1. Ларіна Ярослава Степанівна**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту НУБіП України, керівник проектної групи
- 2. Буряк Руслан Іванович**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту НУБіП України
- 3. Луцій Олександр Павлович**, кандидат економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту НУБіП України
- 4. Гальчинська Юлія Миколаївна**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту НУБіП України

### **Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:**

- 1. Кропивко Михайло Федорович**, доктор економічних наук, професор, академік НААН, Інститут аграрної економіки НААНУ.

# 1. Профіль освітньо-наукової програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Національний університет біоресурсів і природокористування України Факультет аграрного менеджменту кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ph доктор філософії, перший науковий ступінь, 4 академічних роки, 40 кредитів ЄКТС
<b>Офіційна назва освітньо-наукової програми</b>	Освітньо-наукова програма зі спеціальності «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми</b>	<b>Диплом доктора філософії, перший науковий ступінь, термін навчання 4 роки.</b> Обсяг освітньо-наукової програми становить 36 кредитів ЄКТС. Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитується вперше
<b>Цикл/рівень</b>	Третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти/ Національної рамки кваліфікацій України-9 рівень, FQ-EHEA- третій цикл, EQF-LLL-8 рівень.
<b>Передумови</b>	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Національного університету біоресурсів і природокористування України», затвердженими Вченою радою.
<b>Мова(и) викладання</b>	українська
<b>Термін дії освітньо-наукової програми</b>	5 років
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-наукової програми</b>	aspirantura@nubip.edu.ua
<b>2 – Мета освітньо-наукової програми</b>	
Підготовка фахівців вищого рівня кваліфікації, здатних аналізувати і розв'язувати комплексні наукові й практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності та управління підприємствами, організовувати та здійснювати науково-дослідну, інноваційну та адміністративну діяльність	
<b>3 – Характеристика освітньо-наукової програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування». Спеціальність 075 «Маркетинг».
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-наукова
<b>Основний фокус освітньо-наукової програми та</b>	<b>Третій (освітньо-науковий) рівень вищої освіти за Законом України «Про вищу освіту», восьмий кваліфікаційний</b>

<p><b>спеціалізації</b></p>	<p><b>рівень Національної рамки кваліфікацій.</b></p> <p>Наукові дослідження в області теорії і практики маркетингу і управління підприємствами.</p> <p><i>Загальний:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– організація та проведення наукових досліджень;</li> <li>– загальнонаукова методологія та її застосування у дослідженнях маркетингової діяльності;</li> <li>– спеціальні методи аналізу і моделювання в управлінні маркетингом;</li> <li>– експертні оцінки у дослідженнях маркетингової діяльності та обґрунтуванні управлінських рішень;</li> <li>– етика наукової комунікації;</li> <li>– культура наукової комунікації та наукового мовлення;</li> <li>– комунікативна діяльність науковця та ведення наукових дискусій;</li> <li>– інформаційні моделі об'єктів та предметів наукових досліджень;</li> <li>– соціально-психологічні особливості навчання дорослих, технології викладання у вищій школі;</li> </ul> <p><i>Спеціальний:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– маркетинг як спеціальна наукова теорія і системне суспільне явище;</li> <li>– інституціональні засади маркетингу та адміністрування;</li> <li>– дослідження функціонування механізмів маркетингової діяльності на макрорівні, галузевому, міжгалузевому та регіональному рівнях;</li> <li>– форми, методи та важелі маркетингового впливу на ринок та споживачів;</li> <li>– визначення закономірностей функціонування товарних ринків з урахуванням конкурентної структури, що сприяють розширенню підприємницької діяльності та укріпленню ринкового статусу підприємства:</li> <li>– розроблення маркетингових стратегій (стратегія зростання, підтримання конкурентних переваг, стратегічне маркетингове планування розвитку підприємств, інноваційні, цінові, збутові стратегії тощо);</li> <li>– визначення особливостей маркетингу в аграрному секторі економіки, прогнозування ринкових процесів, обсягів продажу продукції тощо;</li> <li>– розроблення теоретичних і практичних основ організації маркетингової діяльності та механізмів їх реалізації;</li> <li>– вивчення функціональних підсистем маркетингового управління Дослідження принципів, цілей, задач та елементів маркетингу у зазначених підсистемах;</li> <li>– формування комплексу маркетингу (маркетинг-мікс); аналіз ефективності від впровадження підсистем забезпечення комплексу маркетингу;</li> <li>– дослідження маркетингового середовища, у т.ч. підприємств аграрного сектору економіки;</li> <li>– основні напрямки маркетингових досліджень в умовах сучасних ринків; етапи, процедура та формування наукових</li> </ul>
-----------------------------	---

	<p>звітів за результатами маркетингових досліджень; методи збору первинної та вторинної інформації;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сучасні наукові підходи до сегментування ринку. Оцінка сегментів ринку за привабливістю та можливістю фірми конкурувати в цьому сегменті. Стратегії вибору цільових ринків та позиціонування; методи й етапи позиціонування;</li> <li>– формування й реалізація загальних маркетингових стратегій</li> <li>– планування маркетингової діяльності підприємств в умовах невизначеності та стабільності зовнішнього середовища.</li> <li>– визначення інноваційних підходів до формування організаційних структур управління маркетингом.</li> <li>– контроль та аудит маркетингової діяльності.</li> </ul> <p><b>Ключові слова:</b> маркетинг, підприємництво, управління маркетингом, адміністрування</p>
<p><b>Особливості освітньо-наукової програми</b></p>	<p>Освітня складова програми реалізується упродовж 8-ми семестрів, тривалістю 40 кредитів і має дисципліни у відповідних циклах, які забезпечують: мовні компетенції, загальну підготовку, знання за обраною спеціальністю, дисципліни вільного вибору здобувача.</p> <p>Програма реалізується у невеликих групах дослідників і передбачає диференційований підхід до аспірантів денної та заочної форм навчання.</p> <p><b>Наукова складова програми.</b> Наукова складова освітньо-наукової програми передбачає здійснення власних наукових досліджень під керівництвом одного або двох наукових керівників з відповідним оформленням одержаних результатів у вигляді кваліфікаційної наукової роботи. Ця складова програми не вимірюється кредитами ЄКТС, а оформляється окремо у вигляді індивідуального плану наукової роботи аспіранта і є складовою частиною навчального плану.</p> <p>Особливістю наукової складової освітньо-наукової програми підготовки докторів філософії зі спеціальності 075 – Маркетинг є те, що окремі складові власних наукових досліджень аспіранти зможуть виконувати під час практичних занять з дисциплін професійної підготовки.</p>
<p><b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>	
<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Науково-педагогічна та наукова діяльність у закладах вищої освіти, наукових установах, що здійснюють підготовку фахівців для сфери управління та адміністрування, проводять наукові дослідження в цій сфері. Адміністративна та управлінська діяльність на всіх рівнях управління господарською діяльністю підприємств, організацій та установ.</p> <p>Згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій та International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO-08) особа з професійною кваліфікацією «Маркетинг» може працевлаштуватися на посади з наступними професійними назвами робіт з <b>науково-навчальних</b>: наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) (2419.1); асистент (2310.2), доцент (2310.1), професор (2310.1), директор (начальник) організації</p>

	<p>(дослідної, конструкторської, проектної) (1210.1), директор (начальник) професійного навчально-виховного закладу (професійно-технічного училища, професійного училища і т. ін.) (1210.1), директор (ректор, начальник) вищого навчального закладу (технікуму, коледжу, інституту, академії, університету і т. ін.) (1210.1), директор курсів підвищення кваліфікації (1210.1), директор науково-дослідного інституту (1210.1), директор центру підвищення кваліфікації (1229.4), завідувач (начальник) відділу (науково-дослідного, конструкторського, проектного та ін.) (1237.2), завідувач відділення у коледжі (1229.4);</p> <p><b>з адміністрування та управління:</b> директор (начальник, інший керівник) підприємства (1210.1), директор (керівник) малого підприємства (1312), головні фахівці - керівники виробничих підрозділів у сільському, лісовому та водному господарствах, у риборозведенні, рибальстві та природно-заповідній справі (1221.1), керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні (1227), керівники малих підприємств без апарату управління (131), менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі (1452), менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті (1453), менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки (1475.3); менеджери (управителі) з реклами (1476.1); професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (2419).</p>
<p><b>Подальше навчання</b></p>	<p>Навчання для розвитку та самовдосконалення у науковій та професійній сферах діяльності, а також інших споріднених галузях наукових знань:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підготовка на 10-ому (науковому) рівні вищої освіти НРК України;</li> <li>- освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії (у т. ч. закордоном), що містять додаткові освітні компоненти.</li> </ul>
<p><b>5 – Викладання та оцінювання</b></p>	
<p><b>Викладання та навчання</b></p>	<p>Підхід до викладання та навчання передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадження активних методів навчання, що забезпечують особистісно-зорієнтований підхід і розвиток мислення у аспірантів (здобувачів);</li> <li>- тісна співпраця аспірантів (здобувачів) зі своїми науковими керівниками;</li> <li>- підтримка та консультування аспірантів (здобувачів) з боку науково-педагогічних та наукових працівників НУБіП України і галузевих науково-дослідних інститутів, у тому числі забезпечуючи доступ до сучасного обладнання;</li> <li>- залучення до консультування аспірантів (здобувачів) визнаних фахівців-практиків в галузі маркетингу, управління та адміністрування;</li> <li>- інформаційну підтримку щодо участі аспірантів (здобувачів) у конкурсах на одержання наукових стипендій, премій, грантів (у тому числі у міжнародних);</li> <li>- надання можливості аспірантам (здобувачам) приймати</li> </ul>

	<p>участь у підготовці наукових проектів на конкурси Міністерства освіти і науки України; безпосередня участь у виконанні бюджетних та ініціативних науково-дослідних робіт.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p><b>Освітня складова програми.</b> Система оцінювання знань за дисциплінами освітньо-наукової програми складається з поточного та підсумкового контролю.</p> <p><i>Поточний контроль</i> знань аспірантів проводиться в усній формі (опитування за результатами опрацьованого матеріалу).</p> <p><i>Підсумковий контроль</i> знань у вигляді екзамену/заліку проводиться у письмовій формі, з подальшою усною співбесідою.</p> <p>У межах дисциплін, що забезпечують професійну підготовку, позитивні оцінки з поточного і підсумкового контролю можуть виставлятися автоматично, якщо аспірантом підготовлені та опубліковані наукові статті у збірниках, які входять до фахових видань та/або видань, які включені до міжнародних наукометричних баз. Кількість статей та їх тематика узгоджується з науковим керівником.</p> <p><b>Наукова складова програми.</b> Оцінювання наукової діяльності аспірантів (здобувачів) здійснюється на основі кількісних та якісних показників, що характеризують підготовку наукових праць, участь у конференціях, підготовки окремих частин дисертації відповідно до затвердженого індивідуального плану наукової роботи аспіранта (здобувача). Звіти аспірантів (здобувачів), за результатами виконання індивідуального плану, щорічно затверджуються на засіданні кафедр та вченій раді факультету та науковій раді НДІ з рекомендацією продовження (або припинення) навчання в аспірантурі.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	<p>Здатність ідентифікувати комплексні проблеми в галузі маркетингу, управління та адміністрування, у тому числі в дослідницько-інноваційної діяльності, та пропонувати підходи до їх вирішення, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або практики маркетингу, управління та адміністрування</p>
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК 1. Здатність до науково-професійного іншомовного мовлення. Здатність використовувати іноземну мову для представлення наукових результатів в усній та письмовій формах, для розуміння іншомовних наукових та професійних текстів для спілкування в іншомовному науковому і професійному середовищах.</p> <p>ЗК 2. Здатність до цілісного викладу основних проблем філософії на рівні об'єктивного, ідеологічно незаангажованого сучасного бачення.</p> <p>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Комплексність у використанні інформаційних та комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 5. Комплексність та системний підхід до проведення наукових досліджень на рівні доктора філософії.</p> <p>ЗК 6. Компетентність володіння методами математичного и алгоритмічного моделювання при аналізі проблематики</p>



	<p>наукового дослідження.</p> <p>ЗК 7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних наукових джерел. Здатність працювати з різними джерелами інформації, аналізувати та синтезувати її, виявляти не вирішені раніше задачі (проблеми) або їх частини, формулювати наукові гіпотези.</p> <p>ЗК 8. Комплексність в організації творчої діяльності та процесу проведення наукових досліджень. Здатність організовувати творчу діяльність та процес проведення наукових досліджень.</p> <p>ЗК 9. Здатність оцінювати та забезпечувати високу якість виконаних робіт.</p> <p>ЗК 10. Здатність бути критичним та самокритичним. Здатність критично сприймати та аналізувати чужі думки й ідеї, шукати власні шляхи вирішення проблеми, рецензувати наукові публікації та автореферати, здійснювати критичний аналіз власних матеріалів.</p> <p>ЗК 11. Здатність генерувати нові науково-теоретичні та практично спрямовані ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 12. Комплексність у прийнятті обґрунтованих рішень.</p> <p>ЗК 13. Комплексність у розробці та реалізації наукових проектів та програм. Здатність розробляти та реалізовувати наукові проекти і програми в галузі харчової та переробної промисловості та охорони навколишнього природного середовища.</p> <p>ЗК 14. Комплексність у педагогічній діяльності щодо організації та здійснення освітнього процесу, навчання, виховання, розвитку і професійної підготовки студентів до певного виду професійно-орієнтованої діяльності.</p>
<p><b>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</b></p>	<p>ФК1. Здатність до оволодіння та розвитку методології наукової, педагогічної та управлінської діяльності.</p> <p>ФК2. Здатність науково обґрунтовувати, розробляти та здійснювати експертизу нормативно-правових актів, аналітичних довідок, пропозицій, доповідей.</p> <p>ФК3. Здатність забезпечувати належний рівень якості наукових/науково-методичних продуктів, послуг чи процесів.</p> <p>ФК4. Здатність визначати, науково обґрунтовувати та критично оцінювати стратегічні напрями розвитку на загальнодержавному, регіональному, місцевому та на рівні організації.</p> <p>ФК5. Здатність ініціювати, організовувати та керувати інноваційними проектами на різних рівнях управління та адміністрування підприємствами.</p> <p>ФК6. Здатність планувати й організовувати роботу дослідницьких колективів з вирішення наукових і науково-освітніх завдань.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти та проводити комунікативні заходи задля забезпечення громадської підтримки прийняття управлінських рішень на всіх рівнях управління підприємствами та адміністрування.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти нові підходи та адаптувати кращі практики цифрового маркетингу та електронної комерції до</p>

	<p>потреб сталого розвитку.</p> <p>ФК9. Здатність застосовувати, розробляти й удосконалювати сучасні технології, в тому числі адміністративно-управлінські, інформаційно-комунікаційні технології, в маркетинговій, адміністративній, науковій та освітній (педагогічній) діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність приймати обґрунтовані управлінські рішення, в тому числі в конфліктних ситуаціях, а також з метою їх запобігання.</p> <p>ФК11. Здатність до розробки науково обґрунтованих рекомендацій щодо вдосконалення управління, маркетингу та адміністрування.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
<p>ПРН1. Знати наукові концепції (теорії), термінологію, історію розвитку та сучасний стан наукових знань, ідентифікувати теоретичні й практичні проблеми з маркетингу, управління та адміністрування.</p> <p>ПРН2. Знати та дотримуватися основних засад академічної доброчесності у науковій і освітній (педагогічній) діяльності.</p> <p>ПРН3. Знати та уміти застосовувати загальні та спеціальні методи наукового пізнання, закони, закономірності та принципи управління для розв'язання проблем міжнародної торгівлі, маркетингу, управління та адміністрування.</p> <p>ПРН4. Уміти застосовувати сучасні інформаційні технології та інструменти в науковій, освітній (педагогічній) і професійній діяльності.</p> <p>ПРН5. Знати основні засади теорії маркетингу, управління науковими проектами, реєстрації прав інтелектуальної власності.</p> <p>ПРН6. Визначати, оцінювати й обґрунтовувати пріоритетні напрями міжнародного співробітництва для сталого розвитку аграрних підприємств на засадах маркетингу.</p> <p>ПРН7. Розробляти нові підходи та адаптувати кращі практики цифрового маркетингу та електронної комерції до потреб сталого розвитку економіки.</p> <p>ПРН8. Готувати проектні запити на фінансування наукових досліджень, розробляти програмні документи (стратегії, програми, концепції) виходячи із аналізу зарубіжного досвіду, оцінки правового і ресурсного забезпечення та доборе адаптовані механізми розвитку підприємництва, маркетингу і управління.</p> <p>ПРН9. Уміти розробляти проекти законодавчих та нормативних актів, передбачаючи правові та соціально-економічні ризики та наслідки запроваджених правових норм.</p> <p>ПРН10. Адаптувати й застосовувати сучасні моделі/підходи до управління та адміністрування, а також міжнародний досвід при проектуванні та реорганізації структур управління на різних рівнях управління маркетинговою діяльністю підприємств.</p> <p>ПРН11. Уміти отримувати науково-прикладні результати, які сприяють розв'язанню важливої теоретичної або прикладної проблеми в галузі підприємництва, управління та маркетингу, що мають загальнонаціональне або світове значення.</p>	
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>У викладанні навчальних дисциплін обов'язкової частини змісту навчання беруть участь доктори наук, професори, кандидати наук, доценти, які мають відповідний стаж практичної, наукової та педагогічної роботи. Викладання дисциплін за освітньо-науковою програмою забезпечують:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доктори наук, професори – 7</li> <li>- кандидати наук, доценти – 4</li> </ul>

<p><b>Матеріально-технічне забезпечення</b></p>	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і дозволяє організовувати та проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на найвищому рівні.</p> <p>Кафедри забезпечують навчальний процес методичними та інформаційними матеріалами в достатньому обсязі від нормативних потреб.</p> <p>Випускаючою кафедрою із освітньої програми є кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі.</p> <p>Для проведення лекційних та практичних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні лабораторії обладнані необхідною комп'ютерною технікою.</p>
<p><b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b></p>	<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньо-наукової програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» відповідає ліцензійним вимогам, галузевому стандарту третього рівня вищої освіти ступеня «доктора філософії» за спеціальністю «Маркетинг», має актуальний змістовний контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Зокрема, офіційний веб-сайт <a href="https://nubip.ua">https://nubip.ua</a> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Всі зареєстровані в університеті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-наукової програми викладені на освітньому порталі «Навчальна робота»: <a href="https://nubip.edu.ua/node/46601">https://nubip.edu.ua/node/46601</a>.</p> <p>В НУБіП України функціонує Центр дистанційних технологій навчання, який забезпечує функціонування освітнього кластеру інформаційно-освітнього середовища університету, його обслуговування та організаційно-методичне супроводження. Навчально-інформаційний портал <a href="http://elearn.nubip.edu.ua">elearn.nubip.edu.ua</a> є потужним інструментом для підтримки навчального процесу аспірантів (здобувачів) за спеціальністю 075 «Маркетинг». Гібридна модель інформаційно-освітнього середовища університету дає можливість інтегрувати хмарні сервіси Microsoft, Cisco, Google тощо для організації навчальної діяльності.</p> <p>Розроблені електронні навчальні курси для аспірантів (здобувачів) на базі платформи дистанційного навчання: <a href="http://elearn.nubip.edu.ua/">http://elearn.nubip.edu.ua/</a>. Кожний курс містить теоретичний матеріал, навчально-методичні матеріали для практичних робіт та самостійної роботи.</p> <p>Забезпечення навчальною та науковою літературою студентів і викладачів здійснює бібліотека. Бібліотека Національного університету біоресурсів і природокористування України є найбільшою серед бібліотек вищих аграрних закладів освіти України. До складу наукової бібліотеки входять: 5 відділів (комплектування, наукової обробки документів і організації каталогів; інформаційно-бібліографічний; інформаційних технологій та комп'ютерного забезпечення; обслуговування навчальною літературою; обслуговування науковою та художньою літературою) та 5 філій: у навчальних корпусах № 1; № 6; № 10; № 11 та № 12.</p>

	<p>Одним з основних завдань наукової бібліотеки є формування фонду відповідно до профілю університету та інформаційних потреб усіх категорій користувачів. Бібліотечний фонд багатогалузевий, нараховує понад один мільйон примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, у т.ч. рідкісних видань, спец. видів науково-технічної літератури і документів (з 1984 р.), авторефератів дисертацій (з 1950 р.), дисертацій (з 1946 р.), більше 500 назв журналів та більше 50 назв газет.</p> <p>З 2006 р. бібліотека НУБіП України отримала статус національної депозитарної бібліотеки FAO (Food and Agricultural Organization) в Україні.</p> <p>Нині фонд бібліотеки становить понад 1 млн. примірників, із них підручників і навчальних посібників – понад 300 тис. примірників, наукової літератури – понад 604 тис. примірників.</p> <p>Щороку до фонду навчальної літератури надходить 35040 примірників книг і періодичних видань.</p> <p>Бібліотечне обслуговування читачів проводиться на 8 абонементів, у 7 читальних залах на 527 місць, з яких 4 – галузеві, 1 універсальний та 1 спеціалізований читальний зал для професорсько-викладацького складу, аспірантів та магістрів – Reference Room; МБА; каталоги, в т.ч. електронний (понад 180000 одиниць записів); бібліографічні картотеки, в тому числі персоналії (з 1954 р.); фонд довідкових і бібліографічних видань. Така розгалужена система бібліотеки дає можливість щорічно обслуговувати всіма структурними підрозділами понад 40000 користувачів у рік. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: <a href="https://nubip.ua">https://nubip.ua</a>.</p> <p>З 1 січня 2017 р. в НУБіП України відкрито доступ до однієї із найбільших наукометричних баз даних Web of Science.</p> <p>Web of Science дозволяє організувати пошук за ключовими словами, за окремим автором і за організацією (університетом), підключаючи при цьому потужний апарат аналізу знайдених результатів.</p> <p>З листопада 2017 року в НУБіП України відкрито доступ до наукометричної та універсальної реферативної бази даних SCOPUS видавництва Elsevier. Доступ здійснюється з локальної мережі університету за посиланням <a href="https://www.scopus.com">https://www.scopus.com</a>.</p> <p>База даних SCOPUS індексує близько 22000 назв різних видань (серед яких 55 українських) від більш ніж 5000 видавництв. SCOPUS надає своїм користувачам можливість отримати результати тематичного пошуку з однієї платформи зі зручним інтерфейсом, відслідкувати свій рейтинг в SCOPUS (цитовання власних публікацій; індекс Гірша) та інше.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>НУБіП України творчо співпрацює з науково-дослідними установами України, НАН України та НААН України, підтримує тісні зв'язки із спорідненими навчальними закладами України, країн Європейського Союзу та СНД, на основі двосторонніх договорів.</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів. За результатами конкурсу 2016-2021 років</p>

	<p>університет уклав Міжінституційні угоди на реалізацію академічної мобільності із 20 європейськими університетами: Латвійський сільськогосподарський університет; Університетом екології та менеджменту в Варшаві (<i>Польща</i>); Варшавський університет наук про життя, (<i>Польща</i>); Університетом Александраса Стульгінскіса (<i>Литва</i>); Університет Агрисуп, Діжон (<i>Франція</i>); Університетом Фоджа (<i>Італія</i>); Університет Дікле (<i>Туреччина</i>); Технічний університет Зволен, (<i>Словаччина</i>); Вроцлавський університет наук про життя (<i>Польща</i>); Вища школа сільського господарства м Лілль (<i>Франція</i>); Університет короля Міхаїла 1, Тімішоара (<i>Румунія</i>); Університет прикладних наук Хохенхайм (<i>Німеччина</i>); Норвезький університет наук про життя (<i>Норвегія</i>); Шведський університет сільськогосподарських наук, UPSALA; Університет Ллейда (<i>Іспанія</i>); Університет прикладних наук Вайєнштефан-Гріздорф (<i>Німеччина</i>); Загребський університет (<i>Хорватія</i>); Неапольський Університет Федеріка 2 (<i>Італія</i>); Університетом м.Тарту (<i>Естонія</i>); Словацьким аграрним університетом, м.Нітра.</p>
<p><b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b></p>	<p>Навчання іноземних аспірантів (здобувачів) за спеціальністю 075 «Маркетинг» проводиться згідно чинного законодавства на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.</p>

## 2. Перелік компонент освітньо-наукової програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОНП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>			
<b>Обов'язкові компоненти ОНП</b>			
ОК 1.1	Філософія науки	<b>4</b>	екзамен
ОК 1.2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	<b>6</b>	екзамен
ОК 1.3	Педагогіка вищої школи	<b>3</b>	залік
<b>2. ЦИКЛ СПЕЦІАЛЬНОЇ (ФАХОВОЇ) ПІДГОТОВКИ</b>			
ОК 2.1	Маркетинговий аналіз та організація маркетингових досліджень	<b>3</b>	екзамен
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонентів</b>		<b>16 (420 год)</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОНП</b>			
<i>Вибірковий блок 1 (за вибором університету)</i>			
ВБ 1.1	Економетрика та моделювання економічних процесів	<b>3</b>	залік
ВБ 1.2	Мікро- та макроекономіка 2	<b>3</b>	залік
ВБ 1.3	Методологія економічного дослідження та організація підготовки дисертаційної роботи	<b>4</b>	залік
<b>Вибіркові компоненти ОНП</b>			
<i>Вибірковий блок 2 (за вибором здобувача. Здобувач обирає 3 дисципліни)</i>			
ВБ 2.1	Інфраструктура аграрних ринків	<b>3</b>	залік
ВБ 2.2	Інформаційні технології в маркетингу	<b>3</b>	залік
ВБ 2.3	Маркетингові стратегії підприємств	<b>3</b>	залік
ВБ 2.4	Маркетингове забезпечення ділової досконалості підприємств	<b>3</b>	залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонентів</b>		<b>19 (540 год)</b>	
<b>3. ІНШІ ВИДИ НАВЧАННЯ</b>			
ВБ 3.1	Педагогічна практика	3	
ВБ 3.2	Підготовка і захист дисертаційної роботи	2	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОНП</b>		<b>40</b>	

## 2.2 Структурно-логічна схема

вивчення компонент освітньо-наукової програми  
«третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075  
«Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»



## **Обов'язкові компоненти ОНП за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

**Філософія науки:** соціокультурні та соціоекономічні передумови виникнення філософського знання; світогляд і філософія; сутність та зміст філософських проблем; філософія давньокитайської та давньоіндійської цивілізацій, їх вплив на менталітет XX – XXI століть; філософія Стародавньої Греції як початкова матриця європейської культури в її історичному розвитку і сучасність; передумови виникнення філософії на Стародавньому Сході; антропоцентризм і персоналізм філософії середньовічної Європи та їх трансформації в ментальності сучасної людини; раціоналістична філософія як чинник, що зумовив народження сучасної цивілізації; філософія модерну і постмодерну; вітчизняна філософська традиція; співвідношення філософії і науки; буття як специфічний об'єкт людської рефлексії; буття як філософська проблема; категорія буття; проблема субстанції; матеріалістичний і ідеологічний монізм; дуалізм; наукова і філософська картина світу: сутність, загальне і відмінне; об'єктивна і суб'єктивна реальність; філософська концепція розвитку; діалектика та метафізика.

**Іноземна мова за професійним спрямуванням:** читання, академічне письмо, аудіювання та мовлення; розвиток навичок усного монологічного та діалогічного мовлення; розвиток навичок з письма та аудіювання; лексичні особливості англійської мови, яка застосовується для комунікації у сфері публічного управління і застосовування їх в практичній діяльності; граматичні особливості іноземної мови та опрацювання навичок різних форм комунікації іноземною мовою в практичній діяльності. Написання науково-дослідних та практичних робіт англійською мовою зі спеціальності публічне управління та адміністрування. Розгляд підходів до визначення специфіки викладання англійської мови зі спеціальності публічне управління та адміністрування; види мовної комунікації англійською мовою в публічному управлінні.

**Педагогіка вищої школи:** основні принципи і завдання; система, основні тенденції та перспективи розвитку вищої освіти в розвинених країнах світу у XXI столітті; інтеграція вищої освіти; організаційно-правове забезпечення вищої освіти; державний стандарт освіти, його складові, функції, роль у стандартизації вищої освіти та розвитку автономізації вищих навчальних закладів; структурно-логічна схема та навчальний план підготовки фахівців; психологічні основи навчання та педагогічна майстерність викладача; навчання як специфічний вид пізнавальної діяльності; індивідуальні показники здатності студента до навчання; розвиток пам'яті, уваги, творчого мислення, інтелекту студентів; гуманітаризація та гуманізація навчання; педагогічне спілкування, його завдання, стиль, основні етапи; психолого-педагогічні фактори, які впливають на взаємовідносини викладача і студентів; педагогічне співробітництво; педагогічна майстерність викладача як найважливіша умова ефективного навчального процесу у вищій школі; складові педагогічної майстерності; психолого-педагогічні здібності, якості; творча педагогічна діяльність як самореалізація і самоактуалізація особистості викладача.

### ***Обов'язкові компоненти ОНП циклу спеціальної (фахової) підготовки***

**Маркетинговий аналіз та організація маркетингових досліджень:** сутність і зміст, система, суб'єкти та об'єкти маркетингових досліджень, категорії, поняття, методи, форми, проблеми, гіпотези, принципи, моделі, підходи, концепції, доктрини, теорії, парадигми; чинники, особливості, закономірності, тенденції, історія розвитку; засади організації маркетингових досліджень ринку; відносини, процеси і взаємодія в маркетинговій інформаційній системі; вітчизняний та зарубіжний досвід; методологія досліджень проблем продовольчого ринку; інновації, лідерство тощо; дослідження теоретико-методологічних, історичних, гуманітарних, соціальних джерел і засад маркетингу як складної системи; закономірностей та тенденцій його розвитку; оптимізації, удосконалення, модернізації, реформування й адаптації в умовах посилення світової конкуренції.



### ***Вибірковий блок 1 (за вибором університету)***

**Економетрика і моделювання економічних процесів:** формує у майбутніх фахівців сучасне економічне мислення та спеціальні знання з використанням системно-процесного аналізу, різних методів економіко-математичного моделювання як необхідної бази розробки різноваріантних управлінських рішень щодо ефективного функціонування і розвитку економічних об'єктів різної складності, ієрархії та організації; передбачає набуття практичних навичок з економетричного моделювання ринку та оптимізації виробничо-комерційної діяльності суб'єктів господарювання, формування і використання їх активів, трудового потенціалу, фінансових ресурсів, пошуку можливостей підвищення конкурентоспроможності, нарощування експортного потенціалу і продовольчої безпеки, вмотивованої стратегії соціально-економічного розвитку.

**Мікро- та макроекономіка 2:** оптимізація обсягів виробництва з метою максимізації прибутку; аналіз конкурентних ринків; ринкова влада та її вимірювання, ціноутворення при ринковій владі; ринки монополістичної конкуренції та олігополістичні; ринки факторів виробництва; загальна рівновага та економічна ефективність; моделі рівноваги та механізм складових макроекономічної політики: фіскальної, монетарної, зовнішньоекономічної, соціальної, економічне зростання, бізнес-цикли, споживання та інвестиції; безробіття та ринок праці; негнучкість, фіскальна і монетарна політика, обмінний курс; прикладні аспекти монетарної і фіскальної політики; прогнозування і моделювання макроекономічних процесів; вивчення бізнес-циклів у світовій економіці, новітніх макроекономічних і стохастичних моделей загальної рівноваги у відкритій економіці.

**Методологія економічного дослідження та організація підготовки дисертаційної роботи:** наука як динамічна система знань. Класифікація наук. Мета і завдання фундаментальних та прикладних наук. Мотиви наукової діяльності. Особливості розумової праці. Роль логічного мислення у науковій діяльності. Методологія і методи наукового пізнання. Принципи наукової методології. Загальнонаукові та спеціальні принципи, закони, категорії і методи. Методологія економічного дослідження як конкретно наукова методологія. Наукові концепції провідних учених-економістів як база для розв'язання конкретної дослідницької проблеми. Сутність та основні етапи організації економічних досліджень. Явища і процеси економічного розвитку, їх пізнання. Етапи наукових досліджень. Реальний робочий план економічного дослідження. Правила оформлення результатів наукових досліджень. Роль інформації у наукових дослідженнях і класифікація наукових документів. Загальні вимоги до оформлення дисертаційної роботи.

### ***Вибіркові компоненти ОНП (вибірковий блок 2 за вибором здобувача)***

**Інфраструктура аграрних ринків:** сутність, складові, закономірності та тенденції розвитку інфраструктури аграрних ринків, фактори та рівні формування маркетингових ланцюгів постачання аграрної продукції на ринку, методика розрахунку маркетингових витрат, визначення маркетингової (ринкової) маржі в міжнародній торгівлі, регуляторне середовище в сфері інфраструктури аграрного ринку; форми і методи торгівлі, сучасні інновації в торгівлі продовольством; розвиток форм організованих ринків у світі й в Україні; сучасні біржі, аукціони і тендери в торгівлі продовольством: правила, можливості, доступ до торгів, ризики, механізм хеджування через торгівлю ф'ючерсними контрактами; система зберігання і транспортування аграрної продукції, тенденції розвитку, вплив на регіональну спеціалізацію сільського господарства; інформаційне забезпечення і консультативна діяльність: джерела, практика організації та використання. Теоретико-методичні аспекти формування конкурентних переваг аграрного виробництва в сучасних умовах розвитку економіки. Удосконалення теоретичних положень і методичних рекомендацій процесу формування конкурентоспроможності на аграрних підприємствах та оцінки його ефективності. Маркетингова філософія бізнесу як передумова необхідності

дослідження і забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх продукції. Вдосконалення маркетингових засобів забезпечення конкурентоспроможності продукції аграрних підприємств. Маркетингові рішення у забезпеченні конкурентоспроможності продукції вітчизняних аграрних підприємств на ринках.

**Інформаційні технології в маркетингу:** поняття та зміст інформаційних технологій. Технічне забезпечення: персональні комп'ютери, оргтехніка, лінії зв'язку, мережеве устаткування. Властивості, цілі та завдання інформаційних технологій у маркетингу. Засоби інформаційних технологій у маркетингу: математичні методи і моделі рішення задач, алгоритми обробки даних, інструментальні засоби моделювання бізнес-процесів, даних, проектування інформаційних систем, розробки програм, програмні продукти, інформаційні ресурси, технічні засоби обробки даних. Напрями використання обчислювальної техніки в маркетингу. Організація автоматизованих робочих місць (АРМ) персоналу управління та основні користувачі. Колективне використання інформаційних ресурсів шляхом організації локальних мереж і розподіленої бази даних. Найбільш типові управлінські задачі маркетингу, що потребують інформаційної підтримки. Основні програмні додатки, що використовують маркетологи: текстові редактори, табличні процесори, системи управління базами даних. Інтегровані ППП та їх складові: програми координації діяльності маркетологів електронного офісу, програма демонстраційної графіки для проведення презентацій, графічний редактор для підготовки ілюстрацій з метою створення листівок, рекламних проспектів; системне сіткове ПЗ для управління маркетингом підприємства. Додаткове програмне забезпечення. Програмні засоби та найбільш поширені програмні продукти для маркетологів. Методи збору маркетингової інформації, переваги та недоліки маркетингових он-лайн досліджень. Маркетинг соціальних мереж. SEO-оптимізація.

**Маркетингові стратегії підприємств:** зміст, рівні й значення стратегії підприємства; ринкові стратегії; функціональні стратегії; маркетингові стратегії; зв'язок місії, цілей підприємства та стратегії; оцінювання чинників зовнішнього і внутрішнього середовища; стратегії за матрицею SWOT; маркетингові стратегії сегментування й вибору цільового ринку; маркетингові стратегії зростання та їх класифікація; маркетингові стратегії диференціації та позиціонування; маркетингові стратегії за моделлю М. Портера; маркетингові стратегії за матрицями БКГ, Мак-Кінсі, SPACE; визначення товарних стратегій підприємства; маркетингові стратегії якості; стратегії розвитку бренду; цінові стратегії; збутові стратегії; стратегії маркетингових комунікацій; рекламні стратегії; етапи розробки маркетингової стратегії; механізм реалізації маркетингової стратегії.

**Маркетингове забезпечення ділової досконалості підприємств:** теоретичні аспекти маркетингу і менеджменту якості та їх взаємозв'язок. Ділова досконалість підприємств як чинник соціально-економічного розвитку суспільства. Концептуальні засади забезпечення ділової досконалості та сталого розвитку аграрних підприємств на основі менеджменту якості. Методичні засади формування систем менеджменту якості і екологічного менеджменту на основі міжнародних стандартів. Методологія оцінювання якості продукції і діяльності підприємств аграрного сектору. Методика оцінювання рівня якості діяльності підприємств аграрного сектору. Організаційно-економічний механізм підвищення рівня ділової досконалості підприємств аграрного сектору на засадах маркетингу. Формування інтегрованих систем менеджменту як базис сталого розвитку підприємств аграрного сектору.

### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація здобувачів третього освітньо-наукового рівня здійснюється у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної наукової роботи.

Дисертація здобувача повинна відповідати вимогам, встановлених наказом МОН "Про затвердження Вимог до оформлення дисертації" від 12.01.2017 р., №40.

Розгляд дисертаційної роботи здобувачем здійснюється у 2 етапи:

1. Проходження попереднього розгляду дисертаційної роботи проводиться відповідно до вимог "Порядок проходження попереднього розгляду дисертацій у Національному університеті біоресурсів і природокористування України", затверджений наказом ректора від 05.03.2015 р., №245.

2. Після попереднього розгляду дисертації документи за чинним переліком подають у спеціалізовану вчену раду.

Рада приймає до розгляду кандидатську дисертацію не раніше, ніж через місяць з дня розсилки виготовлювачем публікацій, в яких відображено основні результати дисертації.

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-наукової програми  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

	<b>ОК 1.1</b>	<b>ОК 1.2</b>	<b>ВБ 1.1</b>	<b>ВБ 1.2</b>	<b>ВБ 1.3</b>	<b>ВБ 1.4</b>	<b>ОК 2.1</b>	<b>ВБ 2.1</b>	<b>ВБ 2.2</b>	<b>ВБ 2.3</b>
<b>ЗК1</b>	+		+	+			+	+	+	+
<b>ЗК2</b>	+		+	+	+		+	+	+	
<b>ЗК3</b>							+		+	
<b>ЗК4</b>		+								
<b>ЗК5</b>		+		+			+	+		
<b>ЗК6</b>	+		+	+			+	+	+	+
<b>ЗК7</b>	+		+	+	+		+	+	+	
<b>ЗК8</b>							+		+	
<b>ЗК9</b>		+								
<b>ЗК10</b>		+		+			+	+		
<b>ЗК11</b>			+	+				+		
<b>ЗК12</b>					+		+	+	+	+
<b>ЗК13</b>					+		+	+	+	
<b>ЗК14</b>		+				+				
<b>ФК1</b>	+		+	+						
<b>ФК2</b>	+		+				+	+		
<b>ФК 3</b>			+	+				+		
<b>ФК 4</b>					+		+	+	+	+
<b>ФК5</b>					+		+	+	+	
<b>ФК6</b>				+	+	+	+			
<b>ФК7</b>					+		+	+		
<b>ФК8</b>					+	+			+	+

<b>ФК9</b>			+		+	+	+	+		
<b>ФК10</b>	+						+	+		
<b>ФК11</b>	+		+	+			+	+	+	+



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

**ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Розглянуто і схвалено  
вченою радою НУБіП України  
«\_\_»\_\_\_\_\_2017 р.  
(протокол №\_\_)

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Ректор НУБіП України  
\_\_\_\_\_С. Ніколаєнко  
«\_\_»\_\_\_\_\_2017 р.

**НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН  
підготовки фахівців 2017 року вступу**

Рівень вищої освіти	третій (освітньо-науковий)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	освітньо-наукова
Форма навчання	денна, вечірня, заочна
Термін навчання (обсяг кредитів ЄКТС)	4 роки (40)
На основі	другого (магістерського) рівня вищої освіти, ОКР «Спеціаліст»
Освітній ступінь	Доктор філософії
Кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу

**I. ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ**  
**підготовки фахівців третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти 2017 року вступу**  
**спеціальності 075 «Маркетинг»,**  
**освітньо-наукової програми «Маркетинг»**

Рік навчання	2019 рік														2020 рік																																									
	Вересень				30	28				Листопад				25	Грудень				30	Січень				27	Лютий				Березень				30	Квітень				27	Травень				Червень				29	Липень				27	Серпень			
	2	9	16	23	IX	7	14	21	X	4	11	18	XI	2	9	16	23	XII	6	13	20	I	3	10	17	24	2	9	16	23	III	6	13	20	IV	4	11	18	25	1	8	15	22	VI	6	13	20	VII	3	10	17	24				
					5				2				1				4				1								4				2								4				1											
	7	14	21	28	X	12	19	26	XI	9	16	23	XII	7	14	21	28	I	11	18	25	II	8	15	22	29	7	14	21	28	IV	11	18	25	V	9	16	23	30	6	13	20	27	VII	11	18	25	VIII	8	15	22	29				
	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	49	50	51	52				
<b>I</b>					НР	НР	НР	НР	Н	НР	НР	НР	НР	:	:	:	:									НР	НР	НР	НР	НР	НР	НР	НР	:	:	:										К	К	К	К	К	К	К	К			
<b>II</b>																																																	К	К	К	К	К	К	К	К
<b>III</b>																																																	К	К	К	К	К	К	К	К
<b>IV</b>																																																	К	К	К	К	К	К	К	К

**Умовні позначення:**

<b>НР</b>	-	теоретичне навчання
<b>:</b>	-	екзаменаційна сесія
<b>К</b>	-	канікули
	-	наукова робота
<b>I</b>	-	педагогічна практика

**ДЕКАН ФАКУЛЬТЕТУ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**А.Д. ОСТАПЧУК**



## II. ПЛАН НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

№ п/п	Назва навчальної дисципліни	Загальний обсяг		Форми контролю знань			Аудиторні заняття, год.				Самостійна робота	Практична підготовка		Розподіл тижневих годин за роками навчання та семестрами		
		годин	(ЕКТС 30 год.) кредитів	за семестрами			Всього	у тому числі				Навчальна практика	Виробнича практика	1 р.н.		2 р.н.
				Екзамен	Залік	Курсова робота (проект)		Лекції	Лабораторні заняття	Практичні заняття (семинарські заняття)				семестр		
														1	2	3
												Кількість тижнів у семестрі				
									15			15	10			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
<b>1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</b>																
<b>Обов'язкові компоненти ОНП</b>																
1	Філософія	120	4	1			40	20		20	80			4		
2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	180	6	1	1		40			40	140			4		
3	Педагогіка вищої школи	90	3		1		30	10		20	60			3		
<b>Всього</b>		<b>390</b>	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		<b>110</b>	<b>30</b>		<b>80</b>	<b>280</b>			<b>11</b>		
<b>Вибіркові компоненти ОНП</b>																
<i>Вибірковий блок 1 (за вибором університету)</i>																
1	Економетрика та моделювання економічних процесів	90	3		1		30	10		20	60			3		
2	Мікро- та макроекономіка 2	90	3		1		30	10		20	60			3		
3	Методологія економічного дослідження та організація підготовки дисертаційної роботи	120	4		1		40	20		20	80			4		
<b>Всього</b>		<b>300</b>	<b>10</b>		<b>3</b>		<b>100</b>	<b>40</b>		<b>60</b>	<b>200</b>					
<b>2. ЦИКЛ СПЕЦІАЛЬНОЇ (ФАХОВОЇ) ПІДГОТОВКИ</b>																
<b>Обов'язкові компоненти ОНП</b>																
1	Маркетинговий аналіз та організація	90	3	1			30	15		15	60				4	

	<b>маркетингових досліджень</b>														
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>480</b>	<b>16</b>	<b>3</b>	<b>5</b>		<b>130</b>	<b>45</b>		<b>95</b>	<b>340</b>				
<i><b>Вибірковий блок 2 (за вибором аспіранта. Здобувач обирає 3 дисципліни)</b></i>															
1	Інфраструктура аграрних ринків	<b>90</b>	3		1		40	20		20	50				3
2	Інформаційні технології в маркетингу	<b>90</b>	3		1		40	20		20	50				3
3	Маркетингові стратегії підприємств	<b>90</b>	3		1		40	20		20	50				3
4	Маркетингове забезпечення ділової досконалості	<b>90</b>	3		1		40	20		20	50				3
<b>Всього</b>		<b>270</b>	<b>9</b>		<b>3</b>		<b>120</b>	<b>60</b>		<b>60</b>	<b>150</b>				
<b>Загальний обсяг вибірових компонентів</b>		<b>570</b>	<b>19</b>		<b>6</b>		<b>220</b>	<b>100</b>		<b>120</b>	<b>350</b>				
<b>3. ІНШІ ВИДИ НАВЧАННЯ</b>															
<b>Педагогічна практика</b>		<b>90</b>	<b>3</b>												
<b>Підготовка і захист дисертації</b>		<b>60</b>	<b>2</b>												
<b>Кількість заліків</b>		<b>6</b>													
<b>Кількість екзаменів</b>		<b>4</b>													
<b>Разом за ОНП</b>		<b>1200</b>	<b>40</b>	<b>3</b>	<b>6</b>		<b>350</b>	<b>145</b>		<b>205</b>	<b>690</b>				

### III. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

Навчальні дисципліни	Години	Кредити	%
<b>1. Обов'язкові компоненти ОНП</b>	480	16	<b>40,0</b>
<b>2. Вибіркові компоненти ОНП</b>	570	19	<b>47,5</b>
<i>Вибірковий блок 1 (за вибором університету)</i>	300	10	25,0
<i>Вибірковий блок 2 (за вибором аспіранта)</i>	270	9	22,5
<b>3. Інші види навчання</b>	<b>150</b>	<b>5</b>	<b>12,5</b>
<b>Разом за ОНП</b>	<b>1200</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

### IV. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, ТИЖНІ

Рік навчання	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Наукова робота	Підготовка дисертаційної роботи	Захист кваліфікаційної наукової праці	Канікули	Всього
1	20	7	17			8	52
2			44			8	52
3			44			8	52
4			35		1		44
<b>Разом за ОНП</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>102</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>24</b>	<b>162</b>

#### РОЗРОБЛЕНО:

Керівник проектної групи  
(гарант освітньо-наукової програми)

Декан Факультету аграрного менеджменту

Завідувач відділу аспірантури

Я.С. Ларіна

А.Д. Остапчук

О.І. Барабаш