



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол № ____

від « ____ » _____ 2024 р.

засідання вченої ради НУБіП України

Ректор _____ Станіслав НІКОЛАЄНКО

Освітньо-професійна програма вводиться в дію

з _____ 2024 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

підготовки здобувачів

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: магістр маркетингу

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

Київ – 2024

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми «Маркетинг»

**Проректор з науково -
педагогічної роботи**

Оксана ТОНХА

Начальник навчального відділу

Ярослав РУДИК

Декан факультету

Анатолій ОСТАПЧУК

Гарант програми

Олександр ЛУЦІЙ

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.
- 3. Бондаренко Валерій Михайлович**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
- 3. Гальчинська Юлія Миколаївна**, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
- 4. Рябчик Алла Володимирівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
- 5. Кальковська Ірина Олегівна**, асистент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
- 6. Захарченко Марина Іванівна**, 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.

ОПП для підготовки здобувачів освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р., Постанови Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. №1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» із змінами згідно з Постановою КМУ від 25.06.2020 р. № 519, Постанови Кабінету Міністрів України від

30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» в редакції Постанови Кабінету Міністрів України від 24.03.2021 р. № 365 з урахуванням останньої редакції Положень, затверджених Вченою радою НУБіП України «Про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в НУБіП України» від 21.06.2023 р., протокол №12, «Про організацію освітнього процесу в НУБіП України» від 26.04.2023 р, протокол №10, «Про освітні програми в НУБіП України» від 26.04.2023 р., протокол № 10, «Про підготовку магістрів у НУБіП України» від 25.03.2022 р., протокол № 6. Стандарту вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 «Маркетинг», затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «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 (для ОПП)
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 - на базі освітнього ступеня «Бакалавр» або «Магістр»; - на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст». Підготовка фахівців проводиться заочною (денною) та заочною формами навчання
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Термін дії освітньо-професійної програми «Маркетинг» до 1 липня 2024 року
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	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»
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 діджиталізації та нестабільності бізнес-середовища на інноваційних засадах з використанням сучасних концепцій маркетингу.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 «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 семестр першого року навчання є семестром міжнародної мобільності. Програма передбачає обов'язковою умовою проходження навчальної та 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-

	<p>трансферна система організації навчання, електронне навчання в системі Elearn, самонавчання, навчання на основі досліджень.</p> <p>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</p>
Оцінювання	<p>Види контролю: поточний, тематичний, періодичний, підсумковий, самоконтроль.</p> <p>Оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до нормативного документа Університету «Положення про порядок оцінювання</p> <p>Екзамени та заліки проводяться відповідно до вимог положень "Про екзамени і заліки у НУБіП України", "Про визнання результатів навчання для здобувачів вищої освіти в Національному університеті біоресурсів і природокористування України", затверджених Вченою радою НУБіП України Вченою радою НУБіП України від 22 грудня 2023 р., протокол № 6.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною (рейтинговою) шкалою ЕКТС (ECTS), національною 4-х бальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною («зараховано», «незараховано») системами.</p> <p>Письмові екзамени із співбесідою та захисту білетів, здача звітів та захист лабораторних/практичних робіт, рефератів в якості самостійної роботи, проведення дискусій, семінарів та модулів. Атестація здобувачів вищої освіти:</p> <p>публічний захист магістерської кваліфікаційної роботи</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>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</p>

	умов і вимог.
Загальні компетентності(ЗК)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3.Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними</p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>СК10.Здатність щодо дослідження конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення.</p> <p>СК11. Здатність щодо використання новітніх цифрових технологій в маркетинговій діяльності підприємств.</p>
7 - Програмні результати навчання	
	<p>РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>РН2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження усфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>РН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової</p>

	<p>діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>RH5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>RH6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>RH7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>RH8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>RH9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>RH10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>RH11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>RH12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>RH13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>RH14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>RH15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>RH16. Забезпечувати конкурентоспроможність ринкового суб'єкта та його товарних пропозицій на основі застосування інноваційних підходів та управління взаємовідносинами у його маркетинговій діяльності.</p> <p>RH17. Вміти застосовувати інноваційні підходи та новітні цифрові технології в маркетинговій діяльності підприємств.</p>
<p>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</p>	
<p>Кадрове забезпечення</p>	<p>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</p>

<p>Матеріально-технічне забезпечення</p>	<p>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).</p>
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Офіційний веб-сайт https://nubip.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Всі зареєстровані в університеті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на освітньому порталі «Освітня діяльність» https://nubip.edu.ua/node/1129/1 Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньої програми викладені на сторінці кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі</p> <p>Бібліотечний фонд багатогалузевий, нараховує понад один мільйон примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, у т.ч. рідкісних видань, спеціальних видів науково-технічної літератури, авторефератів дисертацій (з 1950 р.), дисертацій (з 1946 р.), більше 500 найменувань журналів та більше 50 назв газет. Фонд комплектується матеріалами з сільського та лісового господарства, економіки, техніки та суміжних наук.</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 викладачів, аспірантів та магістрів (Reference Room); МБА; каталоги, в т.ч. електронний (понад 206292 одиниць записів); бібліографічні картотеки (з 1954 р.); фонд довідкових і бібліографічних видань. Щорічно бібліотека обслуговує понад 40000 користувачів, у т.ч. 14000 студентів. Книговидача становить понад 1 млн примірників на рік.</p> <p>Читальні зали забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: https://nubip.edu.ua.</p> <p>Цифрова бібліотека НУБіП України була створена у листопаді 2019 р., доступна з мережі Інтернет та містить та містить понад 5000 повнотекстових документів (підручників, навчальних посібників, монографій, статей, тез та матеріалів конференцій).</p> <p>Важливим електронним ресурсом також є електронна бібліотека (з локальної мережі університету), де є понад</p>

	<p>9000 повнотекстових документів (підручників, навчальних посібників, монографій, методичних рекомендацій).</p> <p>У 2021 році з метою надання доступу до повних текстів кваліфікаційних робіт та покращення якості освіти, був створений Інституційний репозитарій кваліфікаційних робіт НУБіП України, що наразі містить понад 2000 повнотекстових випускних робіт магістрів.</p> <p>Для всіх категорій користувачів безоплатно доступні дистанційні послуги – електронна доставка документів та сервіс інформаційного моніторингу.</p> <p>Із 2006 р. бібліотека НУБіП України отримала статус національної депозитарної бібліотеки FAO (Food and Agricultural Organization) в Україні.</p> <p>У НУБіП України відкрито доступ до найбільших наукометричних баз даних Web of Science, SCOPUS, Science Direct.</p> <p>Протягом 2022-2023 рр. науковою бібліотекою укладені ліцензійні договори щодо забезпечення доступу до міжнародних ресурсів, таких як: платформа Research4Life, цифрової бібліотеки ACM Digital Library, ресурсів видавництва Кембриджського університету Cambridge University Press, видавництва Британського Інституту фізики IOP Publishing, видавництва Oxford University Publishing.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на навчально-інформаційному порталі НУБіП України http://elearn.nubip.edu.ua.</p>
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між НУБіП України та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Зовнішня академічна мобільність – навчання, включаючи проходження практик, студентів і аспірантів Університету здійснюється у закладах вищої освіти за кордоном протягом певного періоду.</p> <p>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.</p> <p>Зовнішня академічна мобільність здійснюється згідно Положення «Про академічну мобільність студентів і аспірантів Національного університету біоресурсів і природокористування України» https://nubip.edu.ua/node/12654</p> <p>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</p>

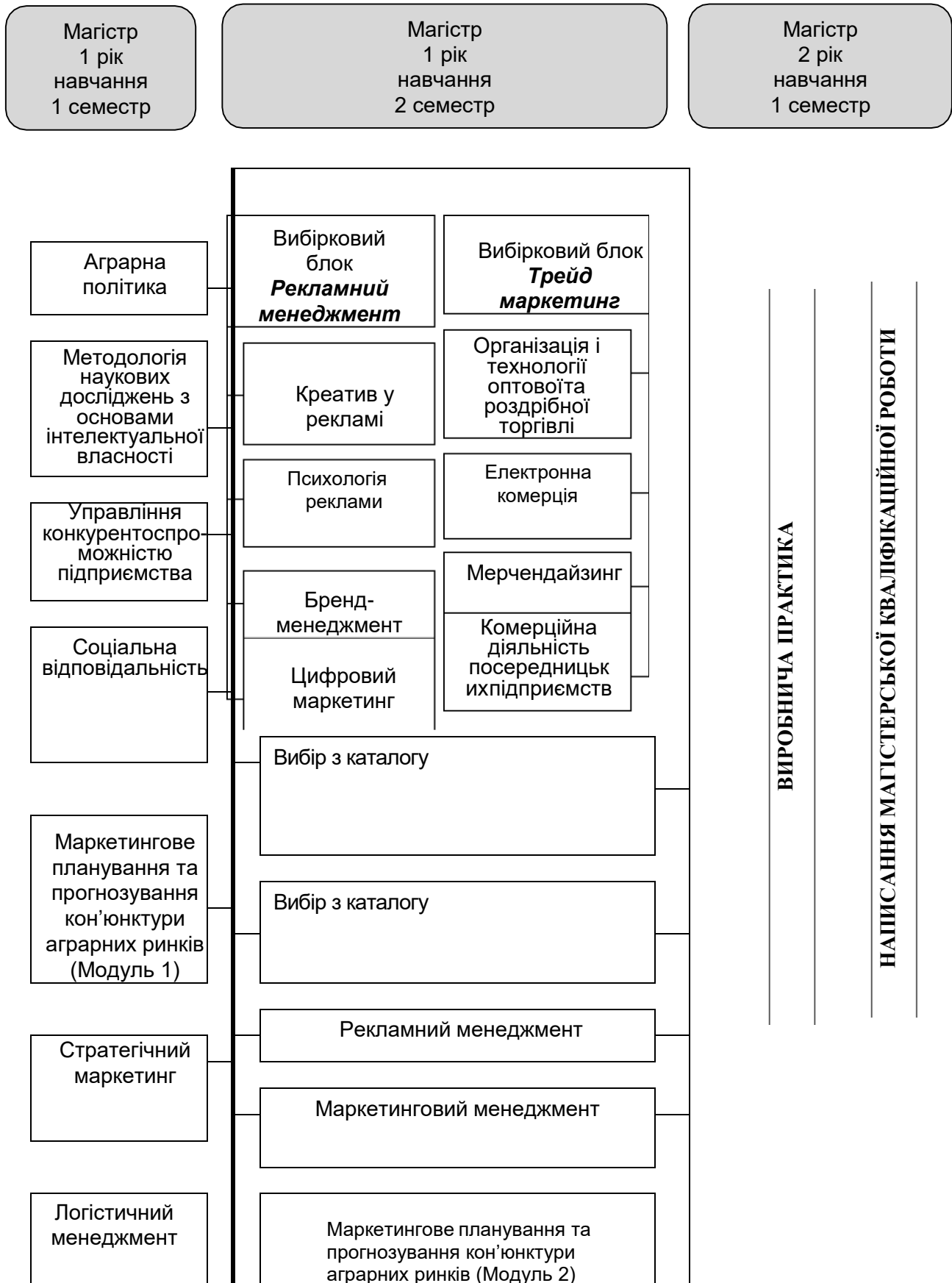
	<p>життя, Польща; Університетом Александра Стульгінскіса, Литва; Університет Агрисуп, Діжон, Франція; Університетом Фоджа, Італія; Університет Дікле, Туреччина; Технічний університет Зволєн, Словаччина; Вроцлавський університет наук про життя, Польща; Вища школа сільського господарства м Лілль, Франція; 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.</p> <p>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.</p> <p>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</p>
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою підготовкою з української мови за окремим розкладом. Студенти-іноземці навчаються як в окремих академічних групах, так і долучені в групи з англомовним навчанням, де навчаються в тому числі студенти-українці. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.</p>

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
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1.	Аграрна політика	4	екзамен
ОК 2.	Методологія наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	4	екзамен
ОК 3.	Управління конкурентоспроможністю підприємства	4	екзамен
ОК 4.	Соціальна відповідальність	4	екзамен
		16	
Вибіркові компоненти ОПП			
<i>вільного вибору за уподобаннями студентів із переліку дисциплін</i>			
ВКУ 1	Вибір з каталогу	4	залік
ВКУ 2	Вибір з каталогу	4	залік
Всього		8	
ЦИКЛ СПЕЦІАЛЬНОЇ (ФАХОВОЇ) ПІДГОТОВКИ			
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 5.	Стратегічний маркетинг	4	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	8	екзамен/залік
ОК. 10	Практична підготовка	12	залік
ОК. 11	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	14	
Всього		50	
Вибіркові компоненти ОПП			
<i>Вільного вибору за спеціальністю</i>			
<i>Вибірковий блок 1 «Рекламний менеджмент»</i>			
ВК 1.1	Креатив у рекламі	4	екзамен
ВК 1.2	Психологія реклами	4	екзамен
ВК 1.3	Бренд- менеджмент	4	екзамен
ВК 1.4	Цифровий маркетинг	4	екзамен
Всього		16	
<i>Вибірковий блок 2 «Трейд маркетинг»</i>			
ВК 2.1	Організація і технології оптової та роздрібної торгівлі	4	екзамен
ВК 2.2	Електронна комерція	4	екзамен
ВК 2.3	Мерчендайзинг	4	екзамен
ВК 2.4	Комерційна діяльність посередницьких Підприємств	4	екзамен
Всього		16	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66	
Загальний обсяг вибіркових компонентів		24	
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 075 - «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.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної «075 - «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 (РН) відповідними компонентами освітньо - професійної програми «075 - «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
РН1		+			+	+	+	+	+	+	+			+	+		+		
РН2					+	+	+	+	+	+				+	+	+	+	+	
РН3	+	+					+		+	+	+			+	+				
РН4	+							+	+	+	+			+	+				
РН5		+						+	+	+	+	+		+					
РН6			+		+	+	+	+	+	+	+			+	+	+			
РН7					+	+	+	+	+	+	+			+	+	+			
РН8				+			+			+			+		+		+	+	+
РН9		+			+	+	+	+	+	+						+		+	
РН10			+		+	+		+	+					+					
РН11		+			+				+										
РН12					+			+	+	+	+						+	+	
РН13					+			+	+										
РН14				+		+	+				+				+	+	+	+	+
РН15	+	+			+				+	+	+				+				
РН16			+		+			+	+		+			+	+	+	+		
РН17							+			+	+	+	+		+		+		

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

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН
підготовки здобувачів вищої освіти
2024 року вступу

Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	«Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	освітньо-професійна
Форма здобуття вищої освіти	денна
Термін навчання (обсяг кредитів ЄКТС)	1 рік і 4 місяці (90)
На основі	ОС «Бакалавр»
Освітній ступінь	Магістр
Кваліфікація	магістр маркетингу

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 (1 ЕКТС 30 год.)	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 (семінарські 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
ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ																
Обов'язкові компоненти ОПП																
ОК 1	Аграрна політика	120	4	1			45	15		30	75			3		
ОК 2	Методологія наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	120	4	1			30	15		15	90			2		
ОК 3	Управління конкурентоспроможністю підприємства	120	4	1			60	30		30	60			4		
ОК 4	Соціальна відповідальність	120	4	1			30	15		15	90			2		
Всього		480	16	4	0	0	165	75	0	90	315	0	0	11	0	0
Вибіркові компоненти ОПП																
<i>Вільного вибору за уподобаннями студентів із переліку дисциплін</i>																
ВКУ 1	Вибір з каталогу	120	4		2		30	15		15	90				2	
ВКУ 2	Вибір з каталогу	120	4		2		30	15		15	90				2	
Всього		240	8		2		60	30		30	180	0	0	0	4	
ЦИКЛ СПЕЦІАЛЬНОЇ (ФАХОВОЇ) ПІДГОТОВКИ																
Обов'язкові компоненти ОПП																
ОК 5	Стратегічний маркетинг	120	4	1		1	60	30		30	60			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	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ОК 8	Маркетинговий менеджмент	120	4	2		2	45	15		30	75				3	
ОК 9	Маркетингове планування та прогнозування кон'юнктури аграрних ринків	240	8	2	1		90	30		60	150			3	3	
ОК 10	Виробнича практика за фахом	360	12		2,3								360			
ОК 11	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	420	14								420					
Всього		1500	50	5	3	2	300	120	0	180	840	0	360	10	10	0
Вибіркові компоненти ОПП																
Вільного вибору за спеціальністю																
Вибірковий блок 1 «Рекламний менеджмент»																
ВК 1.1	Креатив у рекламі	120	4	2			60	30		30	60				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	Цифровий маркетинг	120	4	1			45	15		30	75			3		
Всього		480	16	4			195	75	0	120	285	0	0	3	10	0
Вибірковий блок 2 «Трейд маркетинг»																
ВК 2.1	Організація і технології оптової та роздрібної торгівлі	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК 2.2	Електронна комерція	120	4	2			60	30		30	60				4	
ВК 2.3	Мерчендайзинг	120	4	2			45	15		30	75				3	
ВК 2.4	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	120	4	1			45	15		30	75			3		
Всього		480	16	4			195	75	0	120	285	0	0	3	10	0
Кількість курсових робіт						2										
Кількість заліків					5											
Кількість екзаменів				13												
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		1980	66	9	3	2	465	195	0	270	1155	0	360	21	10	0
Загальний обсяг вибіркових компонентів		720	24	4	2	0	255	105	0	150	465	0	0	3	14	0
Разом за ОПП		2700	90	13	5	2	720	300	0	420	1620	0	360	24	24	0

III. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

Освітні компоненти	Години	Кредити	%
Обов'язкові компоненти ОПП	1980	66	73
Вибіркові компоненти ОПП	720	24	27
<i>вільного вибору за уподобаннями студентів</i>	240	8	9
<i>вільного вибору за спеціальністю</i>	480	16	18
Разом за ОПП	2700	90	100

IV. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, ТИЖНІ

Рік навчання	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Практична підготовка	Підготовка магістерської роботи	Атестація здобувачів	Канікули	Всього
1	30	4	5	2	-	11	52
2	-	-	9	6	1	-	16
Разом за ОПП	30	4	14	8	1	11	68

V. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА

№	Вид практики	Семестр	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Виробнича практика за фахом	2,3	360	12	14

VI. 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

VII. АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№	Складова атестації	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Підготовка і захист магістерської кваліфікаційної роботи	420	14	9

