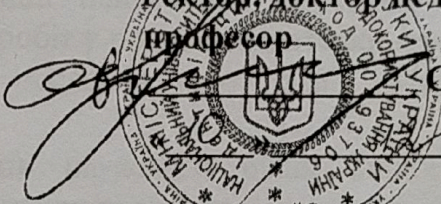


**Національний університет біоресурсів і
природокористування України**

ЗАТВЕРДЖУЮ
**Ректор, доктор педагогічних наук,
професор**

С. Ніколаєнко
_____ 2020 р.



**Положення
про кафедру маркетингу та міжнародної торгівлі**

Київ – 2020

1. Загальні положення

1.1. Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі (далі – Кафедра) є навчально-науковим структурним підрозділом факультету аграрного менеджменту (далі – Факультет) Національного університету біоресурсів і природокористування України (далі – Університет).

1.2. Кафедра створена на підставі рішення вченої ради за наказом ректора 1 серпня 2002 р. за № 343 та перейменована за наказом ректора 2 липня 2004 р. за № 337.

1.3. Кафедра забезпечує:

- проведення всіх видів навчальної, наукової, навчально-методичної, культурно-виховної робіт у процесі підготовки фахівців ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та іншими спеціальностями;
- підготовку здобувачів наукового рівня вищої освіти через відділ аспірантури і докторантури та атестації наукових кадрів;
- підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників (далі – НПП) і фахівців різних галузей економіки;
- проведення виховної роботи серед здобувачів вищої освіти Університету;
- здійснення інших видів діяльності відповідно до Статуту Університету.

1.4. Кафедра безпосередньо підпорядковується декану факультету.

1.5. Кафедра у своїй діяльності керується Законами України «Про освіту» та «Про вищу освіту», іншими нормативно-правовими актами з питань освітньої діяльності, Статутом Університету, наказами і розпорядженнями ректора Університету, розпорядженнями проректорів, декана Факультету і його заступників, рішеннями вчених рад Факультету і Університету, цим діючими Положенням діючими навчальними планами і програмами.

1.6. Кафедра веде необхідну документацію згідно з діючими положеннями та делегованими їй функціями.

2. Основні завдання Кафедри

2.1. Організація і проведення освітньої, наукової, методичної і видавничої діяльності:

- організація та проведення навчальної, наукової, навчально-методичної та культурно-виховної робіт зі здобувачами вищої освіти очної, заочної та дистанційної форм навчання різних факультетів та навчально-наукових інститутів Університету, слухачами Навчально-наукового інституту неперервної освіти та туризму та інших підрозділів Університету, що забезпечують освітню діяльність;
- проведення наукових досліджень з пріоритетних напрямів економічної науки та маркетингу і широке впровадження одержаних результатів у виробництво та навчальний процес;
- підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації НПП;
- створення, систематичне оновлення та удосконалення навчально-

лабораторної бази, методик експериментальних досліджень та технічних засобів навчання, комп'ютеризація та інформатизація навчального процесу;

- організація навчально-виховного процесу, спрямованого на підготовку висококваліфікованих фахівців, які повинні органічно поєднувати високу загальноосвітню підготовку з глибокими теоретичними і фаховими знаннями, бути широко ерудованими з питань світової та національної культури, володіти навичками безперервного духовного і фізичного вдосконалення, індивідуальної та колективної професійної діяльності, а також громадської роботи;
- підготовка підручників, навчальних посібників, курсів лекції та іншої навчально-методичної літератури.
- забезпечення реалізації освітньо-наукових та практичних розробок у галузі маркетингу;
- проведення актуальних маркетингових досліджень та впровадження результатів у виробництво і навчальний процес;
- опрацювання та внесення пропозицій щодо товарної та цінової політики у процесі реалізації агропродовольчої продукції;
- вивчення міжнародного досвіду маркетингової діяльності на Європейському та Світовому ринках, розробка економічних механізмів щодо створення конкурентоспроможного середовища для підприємств аграрного сектору економіки України.

Результати наукових досліджень опубліковуються у вигляді монографій, підручників і навчальних посібників.

2.2. Організація і проведення інноваційної діяльності:

- розробка концепції соціально-етичного та екологічного маркетингу в аграрному секторі економіки;
- цифровий маркетинг;
- формування механізму балансування соціального партнерства та інтересів громади, місцевого самоврядування і бізнесу на сільських територіях.
- розвиток комплексу маркетингу на підприємствах аграрного сектору;
- управління якістю та конкурентоспроможністю агропродовольчої продукції;
- визначення впливу різних маркетингових заходів на поведінку споживачів;
- встановлення взаємозв'язку між розвитком інфраструктури товарного ринку та поведінкою споживачів;
- визначення пріоритетних напрямів розвитку аграрного маркетингу;
- розробка маркетингових стратегій підприємств аграрного сектору економіки України.

3. Структура Кафедри

3.1. Структура Кафедри, її кількісний та якісний склад визначаються Статутом Університету, обсягами і характером виконуваної роботи з усіх напрямів діяльності Університету.

3.2. Структура Кафедри та її штатний розпис затверджуються наказом ректора Університету на кожний навчальний рік в установленому порядку.

3.3. Кафедру очолює її завідувач, який призначається на посаду відповідно до Порядку проведення конкурсу на заміщення посад науково-педагогічних працівників НУБіП України від 01.12.2014 р. за № 1333, і звільняється з посади за наказом ректора Університету відповідно до порядку, встановленого Статутом Університету.

3.4. Робота Кафедри здійснюється за перспективними і поточними річними планами з навчальної, наукової, науково-методичної, культурно-виховної робіт та впровадження результатів досягнень науково-технічного прогресу у виробництво. Плани роботи Кафедри у встановленому порядку затверджуються деканом Факультету. Індивідуальні плани роботи НПП затверджуються завідувачем Кафедри.

3.5. Обговорення питань, що стосуються діяльності Кафедри, проводиться на засіданнях Кафедри під головуванням завідувача не рідше одного разу на місяць. У засіданнях беруть участь, як правило, усі працівники Кафедри.

3.6. На Кафедрі можуть проводитись робочі наради, семінари, розширені засідання із залученням працівників інших кафедр, а також представників виробництва і наукових установ та організацій.

3.7. На всіх рівнях, де вирішується питання діяльності Кафедри, завідувач Кафедри бере безпосередню участь.

4. Функції Кафедри

4.1. До основних функцій Кафедри належать:

- проведення згідно з діючими навчальними планами усіх видів навчальної роботи з дисциплін, закріплених за Кафедрою;
- розробка і систематичне оновлення на основі вимог кваліфікаційних характеристик і робочих навчальних планів (освітніх програм), навчально-методичних комплексів, робочих програм, силабусів з дисциплін, що закріплюються за Кафедрою, з урахуванням сучасного стану і потреб сільського господарства та інших галузей економіки, досягнень і перспектив економічної науки та маркетингу, що сприяють підвищенню якості теоретичної та професійної підготовки фахівців;
- забезпечення безперервного вдосконалення якості навчального процесу на системній основі з використанням світового досвіду, залучення провідних вчених і фахівців аграрної галузі до навчального процесу;
- здійснення комплексного методичного забезпечення навчальних дисциплін Кафедри навчальною літературою та іншими науково-методичними матеріалами;
- організація самостійної роботи студентів; здійснення контролю поточної успішності студентів відповідно до кредитно-модульної системи навчання

та оцінки рівня знань, аналіз результатів міжсесійних атестацій та екзаменаційних сесій;

- проведення наукових досліджень з актуальних напрямів економічної науки та маркетингу;
- обговорення результатів наукових досліджень, підготовка методичних і нормативних матеріалів для їх впровадження у виробництво, безпосередня участь у роботах, пов'язаних з практичним впровадженням наукових розробок;
- підготовка НПП, контроль та організація роботи здобувачів наукового рівня вищої освіти, попередня експертиза дисертацій, надання допомоги молодим викладачам, узагальнення досвіду кращих НПП, організація підвищення кваліфікації НПП в закладах вищої освіти, наукових установах, на виробництві;
- розробка комплексних планів і організація науково-дослідної роботи студентів, проведення предметних олімпіад, конкурсів наукових робіт студентів;
- участь працівників Кафедри у роботі експертних рад, робочих та проектних груп, з оперативного вирішення і наукового забезпечення питань розвитку аграрної сфери;
- активна участь в культурно-виховній роботі зі студентами, надання допомоги студентським організаціям Факультету та Університету у їх роботі;
- проведення роботи з налагодження творчих зв'язків з іншими навчальними закладами, науковими установами, надання методичної допомоги фахівцям ВП НДГ НУБіП України, викладачам коледжів і технікумів, науковцям;
- організація та проведення профорієнтаційної роботи серед учнів шкіл, технікумів та коледжів спільно з навчальним відділом та іншими відповідними структурними підрозділами Університету;
- пропаганда наукових знань, участь у роботі конференцій, нарад, семінарів, круглих столів з проблем економіки, управління, вищої освіти і науки.

5. Взаємовідносини Кафедри з іншими підрозділами

5.1. У своїй роботі Кафедра взаємодіє з:

- іншими кафедрами Університету - з метою виявлення і реалізації міждисциплінарних зв'язків, обміну досвідом організації навчального процесу, використання навчально-наукової бази, проведення комплексних наукових досліджень;
- деканатом Факультету - як із керівним органом у зв'язку з підзвітністю йому Кафедри за всіма напрямками діяльності;
- дирекцією науково-дослідного інституту економіки і менеджменту – з питань науково-дослідної роботи;
- деканатами факультетів університету;

- навчальним відділом, відділом регіонального розвитку, дистанційної освіти та заочного навчання, відокремленими та іншими підрозділами Університету – у зв'язку з виконанням покладених на Кафедру відповідних функцій та необхідністю надання поточної інформації про стан і перспективи її діяльності відповідно до діючого в Університеті порядку.

6. Відповідальність Кафедри

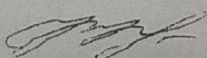
6.1. Відповідальність Кафедри реалізується через відповідальність її завідувача та працівників. При цьому відповідальність кожного працівника індивідуальна і залежить від покладених на нього обов'язків і виконуваних функцій відповідно до посадових інструкцій.

6.2. Завідувач Кафедри одноосібно несе повну відповідальність за:

- результати роботи Кафедри за всіма напрямками її діяльності;
- стан трудової дисципліни працівників;
- створення творчої обстановки у колективі Кафедри;
- стан і раціональне використання навчально-матеріальної бази;
- підбір і розстановку кадрів;
- якість практичного навчання;
- дотримання правил техніки безпеки.

7. Припинення діяльності Кафедри

7.1. Кафедра припиняє свою діяльність за наказом ректора Університету на підставі рішення вченої ради Університету.



**Лист-погодження
до Положення про кафедру маркетингу
та міжнародної торгівлі**

Перший проректор

І. Ібатуллін

**Проректор з
навчальної і виховної роботи**

С. Кваша

Начальник навчальної відділу

В. Шевчук

Начальник юридичного відділу

А. Бова

**Декан факультету
аграрного менеджменту**

А. Остапчук

Завідувач кафедри

Р. Буряк

Handwritten signatures and initials at the bottom left of the page.