

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
УКРАЇНИ**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі



**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**  
Декан факультету аграрного менеджменту  
Анатолій ОСТАПЧУК  
\_\_\_\_\_ 2022 р.

**“СХВАЛЕНО”**  
на засіданні  
кафедри маркетингу та  
міжнародної торгівлі  
Протокол № 9 від 29.04.2022 р.  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ Руслан БУРЯК

**“РОЗГЛЯНУТО”**  
Гарант ОП “Маркетинг”  
\_\_\_\_\_ Василь ЗБАРСЬКИЙ  
\_\_\_\_\_ 2022 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ  
ДИСЦИПЛІНИ  
Вступ до фаху**

спеціальність 075 «Маркетинг»  
освітня програма «Маркетинг»  
Факультет аграрного менеджменту  
Розробник: доцент, к.е.н. Лариса КАРПЕНКО

Київ - 2022 р.

## 1. Опис навчальної дисципліни «Вступ до фаху»

| Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь     |                        |                       |
|---|------------------------|-----------------------|
| Освітній ступінь  | перший (бакалаврський) |                       |
| Спеціальність   | 075 «Маркетинг»        |                       |
| Освітня програма  | Маркетинг              |                       |
| Характеристика навчальної дисципліни                                |                        |                       |
| Вид   | Обов'язкова            |                       |
| Загальна кількість годин  | 150                    |                       |
| Кількість кредитів ECTS   | 5                      |                       |
| Кількість змістових модулів   | 3                      |                       |
| Курсовий проект (робота) (за наявності)                             | -                      |                       |
| Форма контролю  | залік, екзамен         |                       |
| Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання |                        |                       |
|   | денна форма навчання   | заочна форма навчання |
| Рік підготовки (курс)   | 1 курс                 |                       |
| Семестр   | 1, 2 семестр           |                       |
| Лекційні заняття  | 15 год.                |                       |
| Практичні, семінарські заняття                                      | 60 год.                |                       |
| Лабораторні заняття   | -                      |                       |
| Самостійна робота   | 75 год.                |                       |
| Індивідуальні завдання  | -                      |                       |
| Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання       | 5 год.                 |                       |

## 2. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

**Мета:** *Модуль 1. Вступ до фаху: основи.* Метою вивчення дисципліни є: підготовка студентів до навчання в університеті відповідно до сучасних інтеграційних процесів у міжнародній освіті в контексті Болонської декларації; ознайомлення студентів з особливостями майбутньої професії, її змістом та завданнями управлінської діяльності, роллю керівників різних рівнів в управлінні сучасними підприємствами, особливостями організації підготовки фахівців з менеджменту. *Модуль 2. Соціальні комунікації.* Мета дисципліни – максимально сприяти студентам у набутті необхідних теоретичних знань та практичних вмінь у сфері соціальної комунікації, трансформації соціальних знань, соціального самовиховання та розвитку для розв'язання соціальних питань.

**Завдання вивчення дисципліни** полягають в теоретичній та практичній підготовці студентів з питань:

- формування у студентів системи знань щодо суті і соціального значення вищої освіти, сучасних тенденцій її розвитку;
- формування навиків самостійного та ефективного навчання у закладі вищої освіти (ЗВО) з урахуванням світових тенденцій;
- ознайомлення студентів з видами, сутністю та завданнями маркетингу як на рівні окремого підприємства, так і в сучасній економічній системі;

- ознайомлення з основними напрямками та видами професійної діяльності фахівця з маркетингу;
- ознайомлення із системою та інституціями одержання маркетингових знань;
- вивчення змістовних характеристик моделі фахівця зі спеціальності «Маркетинг» першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти;
- організації навчально-виховного процесу, його методичного забезпечення науково-дослідної роботи студентів протягом усього терміну навчання;
- системи оцінювання знань, вмінь формування компетенцій в процесі навчання у ЗВО.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

*знати:*

- основні напрями використання набутих професійних знань і навичок;
- функції та завдання основних підрозділів маркетингових служб та окремих працівників;
- перелік посад, що може обіймати випускник спеціальності «Маркетинг» на підприємствах та в організаціях;
- зміст освітньо-професійної програми підготовки фахівця з маркетингу;
- історію та традиції НУБіП України, зміст та мету діяльності основних структурних підрозділів та служб університету в забезпеченні підготовки фахівців;
- свої права та можливості впливу на роботу університету та зміст своєї підготовки через органи студентського самоврядування;
- загальний механізм організації навчальної та виховної роботи в НУБіП України;
- загальну структуру факультету, масштаб його діяльності, назви та напрямки роботи всіх кафедр факультету;
- структуру органів студентського самоврядування на рівні факультету, гуртожитку, університету тощо;

*вміти:*

- свідомо виокремлювати маркетингові функції серед інших бізнесових функцій підприємства;
- аналізувати роль кожного підрозділу факультету в їх підготовці;
- знайти необхідну інформацію щодо забезпечення якісного процесу навчання та дозвілля студентів на сайті, в бібліотеці університету тощо;
- основні поняття, принципи, основні категорії, тенденції та закономірності соціально-відповідальної поведінки та комунікацій, соціалізації в колективі та, відповідно, побудови конструктивного соціального діалогу в суспільстві.

При вивченні курсу «Вступ до фаху» здобувач вищої освіти, відповідно

до освітньо-професійної програми «Маркетинг», набуває таких компетентностей:

**загальні компетентності (ЗК): 4, 5, 8, 13. фахові (спеціальні) компетентності (ФК): 10.**

Навчальний матеріал структурований за модульним принципом і складається з двох навчальних модулів, а саме: навчального модуля 1 «Вступ до фаху: основи» та навчального модуля 2 «Вступ до фаху: соціальні комунікації», кожен з яких є логічно завершеною, відносно самостійною, цілісною частиною навчальної дисципліни.

### **3.Програма та структура навчальної дисципліни для повного терміну денної (заочної) форми навчання:**

| Назви змістових модулів і тем  | Кількість годин |           |              |           |           |              |              |          |           |
|--|-----------------|-----------|--------------|-----------|-----------|--------------|--------------|----------|-----------|
|  | денна форма     |           |              |           |           | Заочна форма |              |          |           |
|  | тижні           | усього    | у тому числі |           |           | усього       | у тому числі |          |           |
|  |                 |           | л            | п         | с.р.      |              | л            | п        | с.р.      |
| 1  | 2               | 3         | 4            | 5         | 6         | 7            | 8            | 9        | 10        |
| <b>Змістовний модуль І. Система вищої освіти в Україні. Предмет навчальної дисципліни та модель фахівця зі спеціальності «Маркетинг»</b> |                 |           |              |           |           |              |              |          |           |
| Тема 1. Система вищої освіти в Україні.  | 1, 2            | 16        | 2            | 6         | 8         | 4            | 2            | 2        | 12        |
| Тема 2. Організація навчального процесу в НУБіП України  | 3,4             | 16        | 2            | 6         | 8         | 2            |              | 2        | 14        |
| Тема 3. Маркетинг як навчальна дисципліна  | 5,6             | 16        | 2            | 6         | 8         | 2            |              | 2        | 14        |
| Тема 4. Професійно-кваліфікаційна характеристика фахівця з маркетингу, його роль в усіх сферах діяльності                                | 7,8             | 16        | 2            | 6         | 8         | 2            |              | 2        | 14        |
| <b>Разом за змістовим модулем 1</b>  |                 | <b>64</b> | <b>8</b>     | <b>24</b> | <b>32</b> | <b>10</b>    | <b>2</b>     | <b>8</b> | <b>54</b> |
| <b>Змістовний модуль 2. Система управління та зміст підготовки фахівців зі спеціальності «Маркетинг»</b>                                 |                 |           |              |           |           |              |              |          |           |
| Тема 5. Система навчальних дисциплін, спрямованих на підготовку кваліфікованого фахівця з маркетингу                                     | 9, 10           | 16        | 2            | 6         | 8         | 4            | 2            | 2        | 12        |
| Тема 6. Формування адаптації до системи вузівського навчання   | 11, 12          | 16        | 2            | 6         | 8         | 2            |              | 2        | 14        |
| Тема 7. Організація науково-дослідницької роботи та практичного навчання студентів   | 12, 13          | 14        | 2            | 6         | 6         | 2            |              | 2        | 12        |
| Тема 8. Система оцінки   | 14,15           | 10        | 1            | 3         | 6         | 2            |              | 2        | 8         |

|   |        |            |           |           |           |           |          |           |            |
|---|--------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------|------------|
| навчальної діяльності студентів у ЗВО                         |        |            |           |           |           |           |          |           |            |
| <b>Разом за змістовим модулем 2</b>                           |        | <b>56</b>  | <b>7</b>  | <b>21</b> | <b>28</b> | <b>10</b> | <b>2</b> | <b>8</b>  | <b>46</b>  |
| <b>Змістовний модуль 3. Соціальні комунікації</b>             |        |            |           |           |           |           |          |           |            |
| Тема 9. Комунікаційна діяльність і спілкування                | 16, 18 | 8          |           | 4         | 4         | 2         |          | 2         | 6          |
| Тема 10. Соціальна комунікація та її роль у суспільному житті | 20, 22 | 8          |           | 4         | 4         | 0         |          |           | 8          |
| Тема 11. Рівні комунікації                                    | 24, 26 | 8          |           | 4         | 4         | 0         |          |           | 8          |
| Тема 12. Публічна комунікація                                 | 28, 30 | 6          |           | 3         | 3         | 0         |          |           | 6          |
| <b>Разом за змістовим модулем 3</b>                           |        | <b>30</b>  | <b>0</b>  | <b>15</b> | <b>15</b> | <b>2</b>  | <b>0</b> | <b>2</b>  | <b>28</b>  |
| <b>ВСЬОГО ГОДИН</b>   |        | <b>150</b> | <b>15</b> | <b>60</b> | <b>75</b> | <b>22</b> | <b>4</b> | <b>18</b> | <b>128</b> |

#### 4. Теми семінарських занять

*(не передбачені навчальним планом)*

#### 5. Теми практичних занять

| № з/п | Назва теми  | Кількість годин |
|-------|---|-----------------|
| 1     | Система вищої освіти в Україні  | 6               |
| 2     | Організація навчального процесу в НУБіП України   | 6               |
| 3     | Маркетинг як навчальна дисципліна   | 6               |
| 4     | Професійно-кваліфікаційна характеристика фахівця з маркетингу, його роль в усіх сферах діяльності | 6               |
| 5     | Система навчальних дисциплін, спрямованих на підготовку кваліфікованого фахівця з маркетингу      | 6               |
| 6     | Формування адаптації до системи вузівського навчання  | 6               |
| 7     | Організація науково-дослідницької роботи та практичного навчання студентів                        | 6               |
| 8     | Система оцінки навчальної діяльності студентів у ЗВО  | 3               |
| 9     | Комунікаційна діяльність і спілкування  | 4               |
| 10    | Соціальна комунікація та її роль у суспільному житті  | 4               |
| 11    | Рівні комунікації   | 4               |
| 12    | Публічна комунікація  | 3               |

#### 6. Теми лабораторних занять

*(не передбачені навчальним планом)*

#### 7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

##### 7.1. Контрольні питання:

1. Організація навчального та виховного процесу у ВНЗ та на факультеті.

Історія і традиції ВНЗ.

2. Вища освіта в Україні у контексті Болонського процесу.
3. Формування академічного рейтингу студента.
4. Поняття контролю навчальної діяльності студентів: функції, принципи організації, види та форми.
5. Бібліотека НУБіП України – основне джерело інформації студента.
6. Інформаційне забезпечення підготовки майбутніх менеджерів.
7. Професія маркетолога.
8. Сутність маркетингу.
9. Тенденції розвитку маркетингу.
10. Середовище маркетингу.
11. Організаційні структури служби маркетингу.
12. Маркетинг як сфера наукового пізнання.
13. Основні наукові функції маркетингу.
14. Система навчальних дисциплін, спрямованих на підготовку
15. Предмет навчальної дисципліни «Вступ до фаху».
16. Освітньо-професійна програма (ОПП) та освітньо-кваліфікаційна характеристика (ОКХ) підготовки бакалаврів спеціальності «Маркетинг».
17. Зміст навчально-виховного процесу у ЗВО.
18. Навчальний план і коротка характеристика навчальних дисциплін.
19. Форми навчання і контролю знань.
20. Громадські організації і студентське самоуправління.
21. Участь студентів в роботі вченої ради університету.
22. Особливості навчання у закладах вищої освіти.
23. Наукова організація навчальної діяльності студентів.
24. Значення самостійної роботи.
25. Зміст науково-дослідною роботою студентів.
26. Організація захисту дипломної роботи.
27. Модульно-рейтингова система оцінки.
28. Робота з науковою літературою. Організація управління дослідницькою роботою студентів.

**7.2. Комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами:**

**1. Видами контролю знань здобувачів вищої освіти є (вибрати невірний варіант):**

- a) проміжна атестація
- b) поточний контроль
- c) підсумкова атестація
- d) річна атестація

**2. Відповідно до статусу Національний університет біоресурсів і природокористування України \_\_\_\_\_**

- a) має 4 рівень акредитації

- b) є закладом дослідницького типу
- c) є закладом професійного типу
- d) має 3 рівень акредитації

**3. Які із перелічених дисциплін, що вивчаються студентами напряму підготовки «Маркетинг», є загальноєкономічними:**

- a) Мікроекономіка
- b) Промисловий маркетинг
- c) Фінанси підприємств
- d) Логістика
- e) Мерчандайзинг

***Відкриті запитання:***

1. Навчальна діяльність та її роль при підготовці фахівців з маркетингу
2. Наукова-дослідна робота студента та її роль у формуванні спеціаліста з маркетингу
3. Самостійна діяльність студента як умова успішного формування фахівця з маркетингу
4. Аудиторні заняття: їх форми, особливості організації та значення при підготовці майбутніх маркетологів.
5. Форми контролю знань студентів – майбутніх фахівців.
6. Інформаційні можливості сайту НУБіП України та факультету.
7. Перерахуйте та охарактеризуйте основні досягнення студентів НУБіП України, які враховуються для розрахунку додаткових балів при формуванні рейтингу успішності за Блоком 1 Участь у діяльності органів студентського самоврядування та соціальна робота.
8. Перерахуйте та охарактеризуйте основні досягнення студентів НУБіП України, які враховуються для розрахунку додаткових балів при формуванні рейтингу успішності за Блоком 2. Навчально-наукова робота.
9. Перерахуйте та охарактеризуйте основні досягнення студентів НУБіП України, які враховуються для розрахунку додаткових балів при формуванні рейтингу успішності за Блоком 3. Спортивно масова робота та військово-патріотичне виховання.
10. Перерахуйте та охарактеризуйте основні досягнення студентів НУБіП України, які враховуються для розрахунку додаткових балів при формуванні рейтингу успішності за Блоком 4. Культурно-мистецька робота.

**8. Методи навчання**

Для активізації процесу навчання студентів в ході вивчення дисципліни застосовуються такі навчальні технології та засоби:

– на лекціях чітко та зрозуміло структурується матеріал; зосереджується увага студентів на проблемних питаннях; наводяться конкретні приклади практичного застосування отриманих знань; заохочуються студенти до критичного сприймання нового матеріалу замість пасивного конспектування;

використовуються наочні матеріали, схеми, таблиці, моделі, графіки; використовуються технічні засоби навчання: мультимедійний проектор, слайди тощо;

– на практичних заняттях запроваджуються різні навчальні технології: виконання практичних завдань відповідними програмними засобами; аналіз, інтерпретація та обговорення отриманих результатів; мозковий штурм; презентації; робота в малих групах; письмовий контроль знань; індивідуальне та групове опитування; перехресна перевірка завдань з наступною аргументацією виставленої оцінки тощо.

Обов'язковими елементами активізації навчальної роботи студентів є чіткий контроль відвідування студентами занять, заохочення навчальної активності, справедлива диференціація оцінок.

Планування занять передбачає створення передумов для реалізації таких методологічних принципів навчального процесу:

– інтенсивне використання самостійної роботи студента (підготовчий етап до виконання практичних завдань та інтерпретації отриманих результатів);

– активне використання програмного забезпечення для виконання практичних завдань;

– дотримання жорсткого регламенту: визначення часу на індивідуальну роботу та обговорення отриманих результатів;

– впровадження принципу нормування: дотримання норм і правил при виконання тестових завдань та практичних завдань;

– активна підтримка внутрішньо-групової взаємодії студентів, залучення до виконання практичних завдань та обговорення отриманих результатів.

## **9. Форми контролю**

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни «Вступ до фаху» є лекції, практичні заняття, консультації, самостійна робота здобувачів вищої освіти.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю засвоєння програми є: самоконтроль, написання модульних контрольних робіт, виконання індивідуальних практичних завдань та іспит за період вивчення дисципліни. Контрольні заходи, які проводяться в університеті визначають відповідність рівня набутих студентами знань, умінь та навичок вимогам нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу.

Відповідно до «Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України» затвердженого вченою радою НУБіП України 27 лютого 2019 року, протокол № 7, видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.



Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Навчальний матеріал дисциплін, які викладаються протягом одного семестру – осіннього чи весняного, поділяється лекторами на два змістові модулі. Проміжна атестація має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу змістового модуля (рейтингова оцінка із змістового модуля), отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи.

Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу змістового модуля вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Рейтинг з додаткової роботи додається до рейтингу з навчальної і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається здобувачам вищої освіти рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня їх знань з дисципліни.

Семестровий екзамен – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

#### **10. Розподіл балів, які отримують студенти.**

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

| Рейтинг здобувача вищої освіти, бали | Оцінка національна за результати складання |               |
|--------------------------------------|--|---------------|
|                                      | екзаменів                                  | заліків       |
| 90-100                               | Відмінно                                   | Зараховано    |
| 74-89                                | Добре                                      |               |
| 60-73                                | Задовільно                                 |               |
| 0-59                                 | Незадовільно                               | Не зараховано |

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни  $R_{\text{дис}}$  (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи  $R_{\text{НР}}$  (до 70 балів):  $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$

#### **11. Методичне забезпечення**

Науково-методичне забезпечення навчального процесу передбачає: державні стандарти, навчальні плани, підручники і навчальні посібники.

#### **12. Рекомендована література**

##### **Основна:**

1. Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII «Про освіту» із змінами та доповненнями: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

2. Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII «Про вищу освіту», із змінами та доповненнями:  
URL:<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/155618/print1391950419561429>

3. Маркетинг : підручник для студентів економічних спец. закладів вищої освіти / Національний університет біоресурсів і природокористування України ; за ред.: Р. І. Буряка, В. К. Збарського. - К. : ЦП "Компринт", 2019. - 783 с.

4. Патица Н.І. Стандарти та оформлення магістерських, курсових, контрольних робіт» К., ІПК ДСЗУ, 2021. -26 с.

5. Оцінка студентів та якості підготовки фахівців (методичні та методологічні аспекти): Навч.посібник А.Й.Ягодзінський, А.О. Муромцева, Л.В. Іванова та ін..- К.,2007. 216 с.

#### **Допоміжна:**

1. Головчук Ф., Іщенко Т., Акімов О., Мареніченко О., Хоменко М. Університетська освіта в Україні та Болонський процес/ За ред. А.Ф. Головчука. –К.: Аграрна освіта, 2007.83 с.

2. Ортинський В.Л. Педагогіка вищої школи.– К.: Центр учбової літератури, 2019. 472 с.

3. Ільченко А.М. Вища освіта і Болонський процес: Навчально-методичний посібник / Автори-укладачі: Ільченко А.М., Шейко С.В.–Полтава: РВВ ПДАА, 2014. –316с.

### **13. Інформаційні ресурси**

1. Сайт Міністерства освіти і науки України URL: <https://mon.gov.ua>

2. Сайт НУБіП України URL: <https://nubip.edu.ua>

3. Сторінка сайту НУБіП України щодо організації навчальної роботи URL: <https://nubip.edu.ua/node/31>

4. Сторінка сайту НУБіП України щодо організації виховної роботи URL: <https://nubip.edu.ua/node/47818>

5. Сторінка сайту факультету аграрного менеджменту НУБіП України URL: <https://nubip.edu.ua/structure/fam>

6. Сторінка сайту кафедр факультету аграрного менеджменту НУБіП України URL: <https://nubip.edu.ua/node/1599/2>