



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол № 1
від "15" серпня 2024 р.

засідання вченої ради НУБіП України

Ректор Вадим ТКАЧУК

Освітньо-професійна програма вводиться в дію

з 19 серпня 2024 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»

підготовки здобувачів

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр маркетингу

Стандарт вищої освіти затверджено
наказом МОН України від «5» грудня 2018 р. № 1343
Зміни до стандарту затверджено
наказом МОН України від «13» червня 2024 р. №842

Київ-2024

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «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 проектною групою у складі:

1. **Гераймович Віолета Леонтіївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, - гарант освітньої програми.
2. **Нагорна Олена Вікторівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
3. **Вишнівська Богдана Вікторівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
4. **Барілович Олена Михайлівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
5. **Карпенко Лариса Федорівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
6. **Остапенко Марина Сергіївна**, здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. **Ромат Євгеній Вікторович** – професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Голова громадської професійної організації "Спілка рекламистів України", головний редактор журналу «Маркетинг і реклама».
2. **Россоха Володимир Васильович** - доктор економічних наук, професор, головний науковий співробітник відділу економіки регіонального розвитку та прогнозування ННЦ «Інститут аграрної економіки».
3. **Грищенко Алла Костянтинівна** - директор приватного підприємства «Агрофірма «Мета».

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» 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	Бакалавр. Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Акредитація первинна Акредитація спеціальності «Маркетинг» освітнього ступеня «Бакалавр» проведена у 2014 році (наказ МОН України від 11.06.2014 р. №2323л, сертифікат про акредитацію Серія НД №1193040. Термін дії сертифіката до 1 липня 2024 року.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ -EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Національного університету біоресурсів і природокористування України», затвердженими Вченою радою. Наявність повної загальної середньої освіти. Підготовка фахівців з маркетингу проводиться за денною та заочною формами навчання
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Термін дії освітньо-професійної програми «Маркетинг» до 1 липня 2024 року (3 роки 10 місяців).
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nubip.edu.ua/node/46601
2 - Мета освітньо-професійної програми	
<p>Надати освіту в сфері маркетингу із широким доступом до працевлаштування, підготувати здобувачів із особливим інтересом до певних областей маркетингу для подальшого навчання.</p> <p><i>Освітня мета</i> - сприяти формуванню у здобувача знань і навичок, необхідних для вирішення завдань професійної діяльності, забезпечити адекватний контроль рівня отриманих ним знань і навичок, надати здобувачу можливості удосконалювати свою особу і професіоналізм.</p> <p><i>Виховна мета</i> - сприяти формуванню у здобувача соціально відповідальної поведінки в суспільстві, сприяти розумінню здобувачами професійних етичних норм і наслідуванню цих норм в спілкуванні з колегами, керівниками, підлеглими, клієнтами, діловими партнерами, підтримці здобувачем (у тому числі особистим прикладом) у своїх колегах і підлеглих прагнення до здорового способу життя.</p> <p><i>Розвиваюча мета</i>: становлення гармонійної цілісної особи, розвиток інтелектуальної</p>	

і професійної сфери, розкриття різнобічних творчих можливостей здобувача, сприяння формуванню і адаптації власної системи цінностей, потреб, прагнень в побудові успішної кар'єри.

3 - Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, базується на загальновідомих наукових результатах дослідницьких інструментів у сфері маркетингу, у рамках яких можлива подальша професійна кар'єра з аналітики ринків, товарних асортиментів, формуванню цінових рішень, каналів збуту та розподілу продукції (послуг), системи комунікаційних зв'язків підприємства.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, концепції маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, збутова діяльність, маркетингові комунікації, аграрний маркетинг, поведінка споживача.
Особливості програми	Програма спрямована на надання поглиблених знань та фахових навичок з маркетингу, плануванні і оцінюванні маркетингової діяльності організацій аграрної сфери, враховуючи вимоги ринку праці і діджиталізацію маркетингового середовища. Факультет аграрного менеджменту здійснює підготовку студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» як крім української ще й англійською мовою. Щорічно одна академічна група проходить навчання англійською мовою, що надає здобувачам широкі можливості участі у міжнародних програмах мобільності, програмах подвійних дипломів та паралельного навчання.

4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	Випускники підготовлені до виконання професійних функцій за одним або кількома з видів економічної діяльності за національним класифікатором України Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми. Фахівці готуються для організаційно-управлінської, господарської, комерційної діяльності у сфері маркетингу. Випускники можуть працювати на таких посадах згідно видів економічної діяльності за класифікатором ДК 009:2010: 3415 Агент комерційний; 3415 Мерчандайзер; 3415 Торговець комерційний; 3415 Торговець промисловий; 3415 Представник торговельний; 3419 Організатор із збуту; 3419 Організатор з постачання; 3429 Агент рекламний; 3429 Представник з реклами; 3429 Торговець
--	---

	(Обслуговування бізнесу та реклами). Права випускників на працевлаштування не обмежуються.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване навчання, технологія проблемного і диференційованого навчання, технологія інтенсифікації та індивідуалізації навчання, технологія програмованого навчання, інформаційна технологія, технологія розвивального навчання, кредитно-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, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, проектної роботи в командах, самостійного навчання на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами, виробнича та переддипломна практика на підприємствах. Підготовка до атестаційного екзамену.</p>
Оцінювання	<p>Види контролю: поточний контроль, проміжна та підсумкова атестація. Екзамени, заліки та диференційовані заліки проводяться відповідно до вимог "Положення про екзамени та заліки в Національному університеті біоресурсів і природокористування України" затвердженого Вченою радою НУБіП України від 29.12. 2023р. протокол № 6 наказ №1400 (СУ СМЯ НУБіП України 7.5 - 021 – 002).</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>Рейтинг студента із засвоєння навчальної дисципліни складається з рейтингу з навчальної роботи – 70 балів та рейтингу з атестації – 30 балів. Таким чином, на оцінювання засвоєння змістових модулів, на які поділяється навчальний матеріал дисципліни, передбачається 70 балів. Рейтингові оцінки із змістових модулів, як і рейтинг з атестації, теж обчислюються за 100-бальною шкалою.</p> <p>Письмові екзамени із співбесідою та захисту білетів, здача звітів та захист лабораторних/практичних робіт, рефератів в якості самостійної роботи, проведення дискусій,</p>

	семинарів та модулів, підготовка есе, презентацій, захист курсових робіт. Атестація здійснюється у формі складання атестаційного екзамену.
	6 – Програмні компетентності
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності.</p>
Фахові компетентності спеціальності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p>

	<p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК 15. Здатність до теоретичного узагальнення та практичного використання маркетингових інструментів з метою вирішення бізнес-задач та для підвищення ефективності функціонування суб'єктів підприємницької діяльності.</p>
7 - Програмні результати навчання	
<p>Обов'язкові компоненти</p>	<p>РН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p>

PH 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

PH 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

PH 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

PH 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

PH 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

PH 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

PH 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

PH 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

PH 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

PH 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

PH 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

PH 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

PH 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

PH 19. Демонструвати навички розробки маркетингової політики підприємства, застосовувати сучасні методи, концепції та інструменти маркетингової товарної політики, ціноутворення, збуту, комунікацій, дослідження поведінки

	споживачів, формування цільової аудиторії з метою визначення перспектив розвитку суб'єктів ринку.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають освітній, професійній кваліфікації та досягненням у професійній діяльності згідно Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності; професіонали-практики та інші стейкхолдери.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники здійснюють підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном.</p> <p>Всього науково-педагогічних працівників групи забезпечення – 50 у т. ч. - член-кореспонденти НАН України – 1; доктори наук, професори – 12; кандидати наук, доценти – 34; старші викладачі – 2; асистенти – 2.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічні ресурси в повному обсязі забезпечують потреби студентів, оскільки НУБіП України має 17 навчальних корпусів і 14 гуртожитків (у НДГ і ДС університету 6 гуртожитків). Матеріально-технічна база включає їдальню, кінно-спортивний комплекс, наукову бібліотеку, інформаційний центр, автомобільну базу та телефонну станцію. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам. В умовах пандемії COVID-19 та воєнного стану в корпусах та гуртожитках ЗВО вжито систему відповідних заходів для безпеки співробітників та студентів: впроваджено дистанційну форму навчання, організовані заходи щодо санітарної обробки приміщень, температурного скринінгу, наявні санітайзери, запроваджено масковий режим, відремонтовані і відповідно обладнані бомбосховища та укриття, розроблено план дій на випадок блекауту.</p> <p>Навчально-лабораторна 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 лабораторії обладнані необхідними приладами, інструментами, комп'ютерами та програмним забезпеченням. Кафедри мають усе необхідне обладнання і прилади для проведення занять. Факультет має навчальні лабораторії «Маркетинг в АПК», «Економічної теорії та біоекономіки», які оснащені комп'ютерами. Для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр» за ОП «Маркетинг» створено всі необхідні умови для проведення занять у дистанційній формі. Для цього використовуються навчальні аудиторії з мультимедійним обладнанням, читальний зал з</p>

	абонементом у корпусі № 10 НУБіП України, комп'ютерні класи, навчально-наукові лабораторії.
<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Офіційний веб-сайт НУБіП України містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Усі зареєстровані в університеті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> <p>Офіційний веб-сайт містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Усі зареєстровані в університеті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> <p>У 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 НУБіП України (elearn.nubip.edu.ua) є потужним інструментом для підтримки навчального процесу здобувачів вищої освіти. Гібридна модель інформаційно-освітнього середовища університету дає можливість інтегрувати хмарні сервіси Microsoft, Cisco, Zoom, Google тощо для організації навчальної діяльності. Розроблено електронні навчальні курси для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня на базі платформи дистанційного навчання: http://elearn.nubip.edu.ua/. Кожний курс містить теоретичний матеріал, навчально-методичні матеріали для практичних занять та самостійної роботи. 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.), більш як 500 найменувань журналів та більш як 50 назв газет. Фонд комплектується матеріалами з сільського та лісового господарства, економіки, техніки, суміжних наук та, зокрема, менеджменту. 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. Читальні зали забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету. Цифрова бібліотека НУБіП України була створена у листопаді 2019 р., доступна з мережі Інтернет та містить зараз 790 повнотекстових документи, серед них: 150 навчальних підручників та посібників; 117 монографій;</p>

	<p>420 авторефератів дисертацій; 98 оцифрованих рідкісних та цінних видань з фондів бібліотеки (1795-1932 рр.). Важливим електронним ресурсом також є електронна бібліотека (з локальної мережі університету), де є понад 6409 повнотекстових документів (підручників, навчальних посібників, монографій, методичних рекомендацій). З січня 2017 р. в НУБіП України відкрито доступ до однієї із найбільших наукометричних баз даних Web of Science. 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. База даних SCOPUS індексує близько 22000 назв різних видань (серед яких 55 українських) від більш ніж 5000 видавництв.</p>
<p>9 - Академічна мобільність</p>	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>На основі двосторонніх договорів між НУБіП України та закладами вищої освіти України.</p>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</p>	<p>НУБіП України є активним учасником програм кредитної мобільності як за програмою Ерасмус+, так і в рамках двосторонніх договорів, зокрема з такими університетами: Латвійський сільськогосподарський університет; Університет екології та менеджменту в Варшаві, Польща; Варшавський університет наук про життя, Польща; Університет Александра Стульгінскіса, Литва; Університет Агрисуп Діжон, Франція; Університет 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 Плейда, Іспанія; Університет прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Німеччина; Загребський університет, ВХорватія; Неапольський Університет Федеріка 2, Італія; Університет м. Тарту, Естонія; Словацький аграрний університет м. Нітра, Словаччина; Університет Гайсенхайм, Німеччина; Університет прикладних наук Анхальт, Німеччина.</p> <p>Факультет аграрного менеджменту є активним учасником та виконавцем низки міжнародних проєктів, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Міжнародний проєкт Erasmus+ KA2 "FROM THEORETICAL-ORIENTED TO PRACTICAL EDUCATION IN AGRARIAN STUDIES (TOPAS)"· HORIZON 2020 Project AGROinLOG "Demonstration of innovative intergrated biomass logistic centers for the Agro-industry sector in Europe" – GA no 727961; · Міжнародний проєкт мобільності Erasmus+ ICM з Університетом Гайсенхайм (Німеччина), Університетом Лілль (Франція), УПН Вайєнштефан (Німеччина), УПН Ангальт (Німеччина), Варшавським університетом наук про

	<p>життя (Польща), Університетом Фоджа (Італія), Університетом Ллейда (Іспанія) тощо;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проєкт “Кафедра Жана Монне «Соціальні та культурні аспекти Європейських Студій» (SCAES) - 620635-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-CHAIR; - Проєкт Жана Монне «Європейські цінності різноманіття та інклюзії для сталого розвитку» Erasmus+ Jean Monnet Project (EVDISD) 620545-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-PROJECT; - Проєкт DAAD “Діджиталізація навчального процесу в українських аграрних університетах”; - Проєкт DAAD “Україна цифрова: забезпечення академічної успішності під час кризи.
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою. Студенти навчаються в групах з англійською мовою викладання разом з українськими студентами.</p>

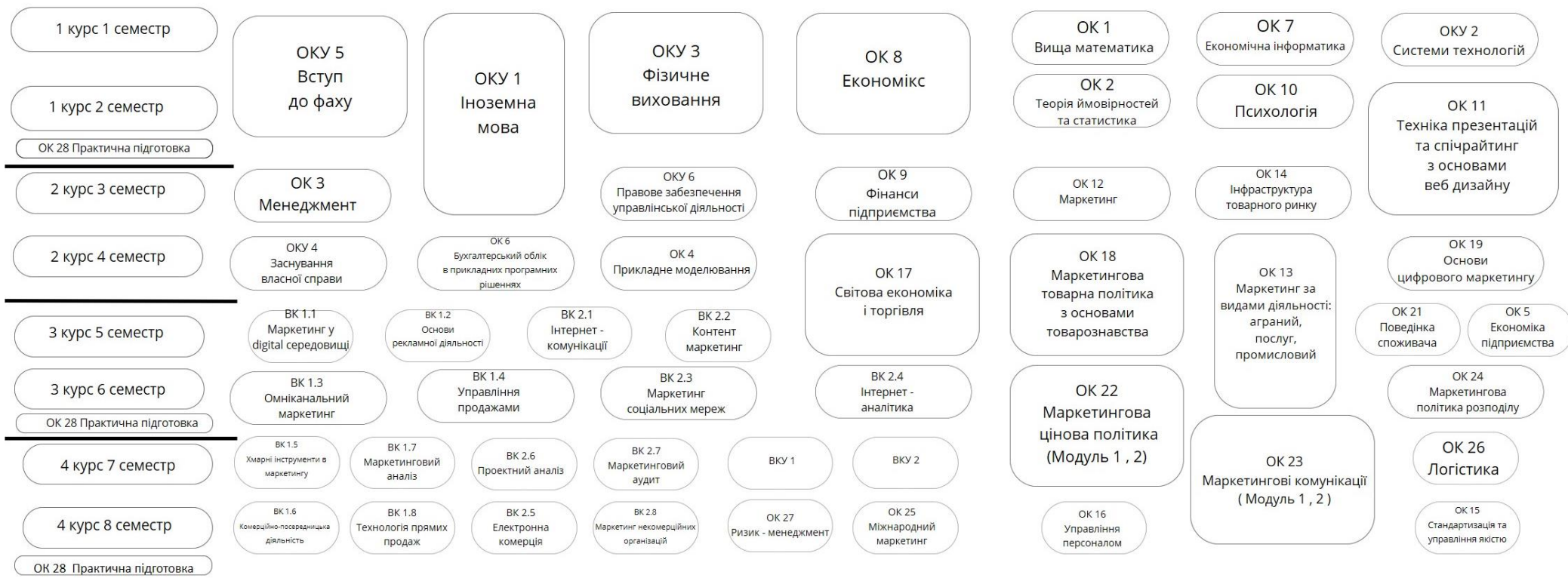
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Вища математика	4	екзамен
ОК 2	Теорія ймовірностей та статистика	5	екзамен
ОК 3	Менеджмент	5	екзамен
ОК 4	Прикладне моделювання	5	екзамен
ОК 5	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 6	Бухгалтерський облік в прикладних програмних рішеннях	4	екзамен
ОК 7	Економічна інформатика	4	екзамен
ОК 8	Економікс	10	залік, екзамен
ОК 9	Фінанси підприємства	3	екзамен
ОК 10	Психологія	4	екзамен
ОК 11	Техніка презентацій та спічрайтинг з основами веб дизайну	8	залік, екзамен
Обов'язкові компоненти ОПП за рекомендацією вченої ради університету			
ОКУ 1	Іноземна мова	10	залік, екзамен
ОКУ 2	Системи технологій	8	екзамен
ОКУ 3	Фізичне виховання	4	залік
ОКУ 4	Заснування власної справи	4	екзамен
ОКУ 5	Вступ до фаху	5	залік, екзамен
ОКУ 6	Правове забезпечення управлінської діяльності	4	екзамен
2. ЦИКЛ СПЕЦІАЛЬНОЇ (ФАХОВОЇ) ПІДГОТОВКИ			
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 12	Маркетинг	6	екзамен
ОК 13	Маркетинг за видами діяльності: послуг, промисловий, аграрний	9	екзамен
ОК 14	Інфраструктура товарного ринку	4	екзамен
ОК 15	Стандартизація та управління якістю	3	екзамен
ОК 16	Управління персоналом	3	екзамен
ОК 17	Світова економіка і торгівля	6	залік,екзамен
ОК 18	Маркетингова товарна політика з основами товарознавства	6	залік, екзамен
ОК 19	Основи цифрового маркетингу	4	екзамен
ОК 20	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 21	Поведінка споживачів	4	екзамен
ОК 22	Маркетингова цінова політика (модуль 1)	7	залік
	Маркетингова цінова політика (модуль 2)		екзамен
ОК 23	Маркетингові комунікації (модуль 1)	6	залік,

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
	Маркетингові комунікації (модуль 2)		екзамен
ОК 24	Маркетингова політика розподілу	4	екзамен
ОК 25	Міжнародний маркетинг	3	екзамен
ОК 26	Логістика	3	екзамен
ОК 27	Ризик-менеджмент	3	екзамен
ОК 28	Практична підготовка	13	залік
ОК 29	Атестаційний екзамен	1	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
Вибіркові компоненти ОП			
<i>Вільного вибору за уподобаннями студентів із переліку дисциплін</i>			
ВКУ 1	Вибір з каталогу	3	залік
ВКУ 2	Вибір з каталогу	3	залік
Вибіркові дисципліни за спеціальністю			
<i>Вибірковий блок 1 «Маркетинг товарів і послуг»</i>			
ВК 1.1	Маркетинг у digital середовищі	7	екзамен
ВК 1.2	Основи рекламної діяльності	7	екзамен
ВК 1.3	Оmnіканальний маркетинг	7	екзамен
ВК 1.4	Управління продажами	7	екзамен
ВК 1.5	Хмарні інструменти в маркетингу	7	екзамен
ВК 1.6	Комерційно-посередницька діяльність	6	екзамен
ВК 1.7	Маркетинговий аналіз	7	екзамен
ВК 1.8	Технологія прямих продаж	6	екзамен
<i>Вибірковий блок 2 «Інтернет маркетинг»</i>			
ВК 2.1	Інтернет-комунікації	7	екзамен
ВК 2.2	Контент маркетинг	7	екзамен
ВК 2.3	Маркетинг соціальних мереж	7	екзамен
ВК 2.4	Інтернет-аналітика	7	екзамен
ВК 2.5	Електронна комерція	7	екзамен
ВК 2.6	Проектний аналіз	6	екзамен
ВК 2.7	Маркетинговий аудит	7	екзамен
ВК 2.8	Маркетинг некомерційних організацій	6	екзамен
Загальний обсяг вибірових компонентів		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП		240	

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



ОК 29 Атестаційний екзамен

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі складання атестаційного екзамену та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавр із присвоєнням кваліфікації бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

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

Галузь знань

Спеціальність

Освітньо-професійна програма

Форма здобуття вищої освіти

Термін навчання (обсяг кредитів ЄКТС)

На основі

Освітній ступінь

Кваліфікація

Перший (бакалаврський)

07 «Управління та адміністрування»

075 «Маркетинг»

Маркетинг

Денна

3 роки 10 місяців (240 кредитів ЄКТС)

повної загальної середньої освіти

«Бакалавр»

бакалавр маркетингу

І. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 2024 року вступу спеціальності 075 «Маркетинг»

Рік навчання	2024 рік														2025 рік																																					
	Серпень		Вересень				30 ix	Жовтень			28 x	Листопад				Грудень				Січень				27 i	Лютий			24	Березень				31 iii	Квітень			28 iv	Травень				Червень				30 vi	Липень			28 vii	Серпень	
	19	26	2	9	1	2		7	1	2		4	1	1	2	2	9	1	23	30	6	1	20		3	1	1		3	10	17	24		7	14	21		5	1	1	26	2	9	1	23		7	1	21		4	11
	24	31	7	1	2	2	12	1	2	9	1	2	3	7	1	2	28	4	11	1	25	8	1	2	8	15	22	29	12	19	26	1	1	2	31	7	14	2	28	1	1	26	9	16								
1	2	3	4	5	6	8	9	1	1	1	1	1	1	16	1	1	19	20	21	2	23	2	2	2	2	28	2	30	31	32	33	34	35	36	3	3	3	4	41	4	43	4	45	4	4	4	49	50	5	52		
1							A	A								:	:	-	-	-	-	-	-	-	-								:	:	:	o	o	o	o	o	-	-	-	-	-	-	-					
2							A	A								:	:	-	-	-	-	-	-	-	-								:	:	:	o	o	o	o	o	-	-	-	-	-	-	-					
3							A	A								:	:	-	-	-	-	-	-	-	-								:	:	:	x	x	x	x	x	x											
4							A	A								:	:	-	-	-	-	-	-	-	-								:	:	:	o	o		//													

- теоретичне навчання
- : - екзаменаційна сесія
- - канікули
- A - проміжна атестація

- X - виробнича практика
- O - навчальна/переддипломна практика
- II - підготовка бакалаврської кваліфікаційної роботи
- // - атестація здобувачів вищої освіти (атестаційний екзамен)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
OK25	Міжнародний маркетинг	90	3	8			36	12		24	54										3
OK 26	Логістика	90	3	7			45	15		30	45									3	
OK27	Ризик-менеджмент	90	3	8			36	12		24	54										3
OK 28	Практична підготовка	390	13		2,4,8	6						300	90								
OK 29	Атестаційний екзамен	30	1	8																	
	ВСЬОГО	2670	90	17	10	5	1113	480	0	633	1137	300	90	0	0	10	15	12	16	10	14
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		5400	180	33	18	5	2538	975	105	1458	2442	300	90	30	30	28	28	16	16	10	14
Вибіркові компоненти ОПП																					
<i>Вільного вибору за уподобаннями студентів із переліку дисциплін</i>																					
ВКУ 1	Вибір з каталогу	90	3		7		30	15		15	60										2
ВКУ 2	Вибір з каталогу	90	3		7		30	15		15	60										2
Всього		180	6	0	2	0	60	30	0	30	120	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0
Вибіркові компоненти за спеціальністю																					
<i>вибірковий блок 1 .«Маркетинг товарів і послуг»</i>																					
ВК 1.1	Маркетинг у digital середовищі	210	7	5			75	30		45	135							5			
ВК 1.2	Основи рекламної діяльності	210	7	5			75	30		45	135							5			
ВК 1.3	Оmnіканальний маркетинг	210	7	6			75	30		45	135								5		
ВК 1.4	Управління продажами	210	7	6			75	30		45	135								5		
ВК 1.5	Хмарні інструменти в маркетингу	210	7	7			75	30		45	135									5	
ВК 1.6	Комерційно-посередницька діяльність	180	6	8			60	24		36	120										5
ВК 1.7	Маркетинговий аналіз	210	7	7			75	30		45	135									5	
ВК 1.8	Технологія прямих продаж	180	6	8			60	24		36	120										5
Всього		1620	54	8		0	570	228	0	342	1050	0	0	0	0	0	0	10	10	10	10
<i>вибірковий блок 2. «Інтернет маркетинг»</i>																					
ВК 2.1	Інтернет-комунікації	210	7	5			75	30		45	135							5			
ВК 2.2	Контент маркетинг	210	7	5			75	30		45	135							5			
ВК 2.3	Маркетинг соціальних мереж	210	7	6			75	30		45	135								5		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
ВК 2.4	Інтернет-аналітика	210	7	6			75	30		45	135								5		
ВК 2.5	Електронна комерція	210	7	8			75	30		45	135										5
ВК 2.6	Проектний аналіз	180	6	7			60	24		36	120									5	
ВК 2.7	Маркетинговий аудит	210	7	7			75	30		45	135									5	
ВК 2.8	Маркетинг некомерційних організацій	180	6	8			60	24		36	120										5
Всього		1620	54	8		0	570	228	0	342	1050	0	0	0	0	0	0	10	10	10	10
Загальний обсяг вибіркового компонента		1800	60	8	2	0	630	258		372	1170	0	0	0	0	0	0	10	10	14	10
Кількість курсових робіт						5															
Кількість заліків					18																
Кількість екзаменів				46																	
Всього годин навчальних занять (без військової підготовки)		7200	240	46	18	5	3168	1233	105	1830	3612	300	90	30	30	28	28	26	26	24	24

III. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

Назва освітньої компоненти	Години	Кредити	%
1. Обов'язкові компоненти ОПП	5400	180	75,0
2. Вибіркові компоненти ОПП	1800	60	25,0
<i>Вибіркові компоненти за спеціальністю</i>	1620	54	22,5
<i>Вільного вибору за уподобаннями студентів із переліку дисциплін</i>	180	6	2,5
Разом за ОПП	7200	240	100,0

IV. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, ТИЖНІ

Рік навчання	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Практична підготовка	Підготовка кваліфікаційної бакалаврської роботи	Атестація здобувачів	Канікули	Всього
1	30	5	4	-	-	13	52
2	30	5	4	-	-	13	52
3	30	5	5	-	-	12	52
4	27	5	2	-	1	4	39
Разом за ОПП	117	24	15	0	1	39	197

V. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА

№	Вид практики	Семестр	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Навчальна практика з фаху	2, 4, 8	300	10	10
2	Виробнича практика з фаху	6	90	3	5

VI. КУРСОВІ РОБОТИ І ПРОЕКТИ

№	Назва освітньої компоненти	Семестр	Години	Кредити	Курсова робота	Курсовий проект
1	Маркетинг	3	30	1	1	
2	Маркетинг за видами діяльності: аграрний маркетинг	4	30	1	1	
3	Маркетингова товарна політика	5	30	1		1
4	Маркетингові дослідження	6	30	1		1
5	Маркетингова цінова політика	7	30	1		1

VII. АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№	Складова атестації	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Атестаційний екзамен	30	1	1