



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

ЗАТВЕРДЖЕНО
Протокол № 10 від 26 квітня 2023 р.
засідання вченої ради НУБіП України

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 1 вересня 2023 року

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

Київ-2023

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**, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, - гарант освітньої програми.
2. **Бабічева Олена Іванівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.;
3. **Нагорна Олена Вікторівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
4. **Вишнівська Богдана Вікторівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі.
5. **Остапенко Марина Сергіївна**, здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. **Лилик Ірина Вікторівна** – генеральний директор Української Асоціації Маркетингу, Національний представник ESOMAR в Україні, секретар Індустріального гендерного комітету з реклами, заступник головного редактора журналу "Маркетинг в Україні", керівник проекту "Маркетинг газета" (електронне видання УАМ), розробник Стандарту якості маркетингових досліджень УАМ СОУ 91.12.0-21708654-001-2002, Стандарту недискримінаційної реклами за ознакою статі СОУ 21708654-002-2011. Голова Кваліфікаційного комітету УАМ, кандидат економічних наук, доцент.
2. **Захарчук Олександр Васильович** - доктор економічних наук, старший науковий співробітник, завідувач відділу інвестиційного та матеріально-технічного забезпечення ННЦ «Інститут аграрної економіки».
3. **Ніколаєнко Дарина** - провідний фахівець з маркетингу компанії «Український дім імпорту»

Освітньо-професійна програма підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від

01.07.2014 р., Постанов Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 30.12.2015 р. № 1187, «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 р., наказу від 14.04.2021 р. № 369 «Про уведення в дію «Порядок формування навчального навантаження на 2021-2022 навчальний рік у НУБіП України», стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління і адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (Наказ МОН України 1343 від 05.12.2018 р.).

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 – 7 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.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nubip.edu.ua/node/46601
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Надати освіту в сфері маркетингу із широким доступом до працевлаштування, підготувати здобувачів із особливим інтересом до певних областей маркетингу для подальшого навчання. <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. <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 колег і підлеглих прагнення до здорового способу життя. <i>Розвиваюча мета:</i> становлення гармонійної цілісної особи, розвиток	

інтелектуальної і професійної сфери і розкриття різнобічних творчих можливостей здобувача, сприяння формуванню і адаптації власної системи цінностей, сенсу існування, 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 в сфері маркетингу, у рамках яких можлива подальша професійна кар'єра з аналітики ринків, товарних асортиментів, каналів збуту та розподілу продукції (послуг), системи комунікаційних зв'язків підприємства.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в сфері маркетингу. Спеціалізація програми полягає у підготовці фахівців з дослідження діяльності суб'єктів підприємництва, зокрема їх товарної, цінової, розподільчої, комунікаційної політик та визначення їх місця на ринку товарів (послуг).
Особливості програми	Факультет аграрного менеджменту здійснює підготовку студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», крім української, також англійською мовою. Щорічно 1 академічна група проходить навчання англійською мовою. Станом на теперішній час в англійськомовних групах за спеціальністю «Маркетинг» навчається 53 студенти (в тому числі: на 1 курсі – 11 студентів, на 2 курсі – 16 студентів, на 3 курсі – 10 студентів і на 4 курсі – 16 студентів), що дає здобувачам можливості участі у міжнародних програмах. Сьомий семестр навчального року є семестром міжнародної мобільності. Освоєння програми вимагає обов'язковою умовою проходження навчальної та виробничої практики на підприємствах аграрного сектору та переробних підприємствах.

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 «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009:2010: Оптова та роздрібна торгівля G: Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт – G 45, Оптова та роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами - G 46, G 47; Оптова торгівля сільськогосподарською сировиною та живими тваринами - G 46,2; Оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами - G 46,3; Роздрібна торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах - G 47,2; Оптова торгівля товарами господарського призначення - G 46,4; Оптова та роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням - G 46,5; G
--	--

	47,4; Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням - G 46,6; Роздрібна торгівля іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах - G 47,5; Інші види спеціалізованої торгівлі - G 46,7; Транспорт, складське господарство, поштова та курерська діяльність – Н: складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту - Н 52; допоміжна діяльність у сфері транспорту – Н 52,2; Інформація та телекомунікації - J: видавнича діяльність – J 58; надання інформаційних послуг – J 63; Операції з нерухомим майном - L : купівля та продаж власного нерухомого майна – L 68.1; надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна - L 68.2; операції з нерухомим майном за винагороду або на основі контракту - L 68.3; управління нерухомим майном за винагороду або на основі контракту - L 68.32. Професійна, наукова та технічна діяльність – М: діяльність у сфері зв'язків із громадськістю – М 70.21; консультування з питань комерційної діяльності й керування - М 70.22; рекламна діяльність і дослідження кон'юнктури ринку - М 73; рекламна діяльність – М 73.1; рекламні агентства – М 73.11; посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації - М 73.12; дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки - М 73.2; спеціалізована діяльність із дизайну – М 74.1. Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – N: оренда, прокат та лізинг – N 77; діяльність із працевлаштування - N 78; діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність- N 79; адміністративна та допоміжна офісна діяльність, інші допоміжні комерційні послуги - N 82; Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування – О: державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування - О 84; міжнародна діяльність – О 84.21. Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок – R: діяльність із підтримання театральних і концертних заходів – R 90.02; Діяльність у сфері спорту, організування відпочинку та розваг - R 93; Надання інших видів послуг – S: діяльність організацій промисловців і підприємців, професійних організацій - S 94.1; діяльність професійних громадських організацій - S 94.12. Первинні посади за державним класифікатором професій - ДКП 003: 2010: «3 Фахівці»: дилери (біржові торговці за свій рахунок) та брокери (посередники) із заставних та фінансових операцій, код 3411; агенти з торгівлі майном , код 3413; технічні та торговельні представники, код 3415; закупники, код 3416; агенти з комерційного обслуговування та
--	--

	торговельні брокери, код 342; брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів, код 3421; агенти з комерційних послуг та торговельні брокери, код 3429; помічники керівників підприємств, установ та організацій, код 3436.1; помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів, код 3436.2; помічники керівників малих підприємств без апарату управління, код 3436.3; інші помічники, код 3436.9; організатори у сфері культури та мистецтва, код 3476; інші фахівці у сфері культури та мистецтва, код 3479; організатори діловодства (державні установи), код 34325.1; організатори діловодства (види економічної діяльності), код 3435.2 «4 Технічні службовці»: агенти з інформування клієнтів, код 422. «14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів»: Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі, код 1452; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті, код 1453; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами, код 1453.1; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами, код 1453.2; Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами, код 1454.; Менеджери (управителі) у сфері операцій з нерухомістю для третіх осіб, код 1471; Менеджери (управителі) у сфері надання інформації, код 1473; Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки, код 1475.3; Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління, код 1475.4; Менеджери (управителі) з реклами, код 1476.1; «24 Інші професіонали»: Професіонали в галузі інформації та інформаційні аналітики, код 2433.2; Споріднені первинні посади: «Професіонали в галузі соціального захисту населення, код 2446»: «Професіонали в галузі соціального захисту населення, код 2446.2»; «Інспектори із соціальної допомоги, код 3443»: «Інспектори з ліцензій, код 3444»; «Службовці, що обслуговують клієнтів, код 42 ».
Подальше навчання	Магістерські програми з маркетингу, міждисциплінарні програми (фінанси; підприємництво, торгівля та біржова діяльність; облік і оподаткування; публічне управління та адміністрування; менеджмент) або інших спеціальностей специфічних категорій. Можливість навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	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. 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.
Оціювання	Види контролю: поточний, тематичний, періодичний, підсумковий, самоконтроль. 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 27 грудня 2019 р. протокол № 5 із змінами внесеними Вченою радою НУБіП України 03 березня 2021 р. протокол № 7. 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. 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. 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. Письмові екзамени із співбесідою та захисту білетів, здача звітів та захист лабораторних/практичних робіт, рефератів в якості самостійної роботи, проведення дискусій, семінарів 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)	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
--	--

Фахові компетентності спеціальності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 - Програмні результати навчання	
Обов'язкові компоннти	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

	ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 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. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
Вибіркові компоненти	ПРН19. Оцінювати та аналізувати стан та закономірності розвитку міжнародного середовища. ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства. ПРН 21 Демонструвати здатність самостійного прийняття

	рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію. ПРН 22. Демонструвати здатність до формування проектної команди, розподілу виконавців для забезпечення досягнення проектних цілей. ПРН 23. Виконувати дослідження середовища міжнародного бізнесу, аналізувати ситуацію на світовому ринку товарів та послуг, визначати особливості та маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки. ПРН 24. Здатність формувати бюджети, прогнози та здійснювати оцінку елементів маркетингового комплексу, обирати оптимальні альтернативи. ПРН 25. Здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості та формулювати бізнес-ідеї, розробляти бізнес-плани. ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством. ПРН 27. Демонструвати вміння використовувати сучасні методи управління ланцюгами постачань товарів та інформації. ПРН 28. Визначати цільові аудиторії інтернет-користувачів, налаштовувати та інтерпретувати звіти системи веб-аналітики, оцінювати ефективність рекламних кампаній і аналізувати дії конкурентів в мережі. ПРН 29. Налаштовувати таргетовану рекламу, розробляти SMM-стратегії та використовувати контент-маркетинг в SMM, управляти репутацією бренду в ключових соціальних мережах:
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Підготовку бакалаврів зі спеціальності 075 «Маркетинг» здійснює випускова кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі. Кафедру очолює доктор економічних наук, професор. Всього науково-педагогічних працівників групи забезпечення – 49 у т. ч. - член-кореспонденти НАН України – 1; доктори наук, професори – 7; кандидати наук, доценти – 39; старші викладачі – 2; асистенти – 1.
Матеріально-технічне забезпечення	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 проведенн занять, Факультет має навчальні

	лабораторії «Маркетинг в АПК», «Економічної теорії та біоекономіки», які оснащені комп'ютерами та необхідним програмним забезпеченням
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	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. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на освітньому порталі «Навчальна робота»: https://nubip.edu.ua/node/46601. 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. 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. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: https://nubip.edu.ua. 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; 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 за посиланням https://www.scopus.com. База даних SCOPUS індексує близько 22000 назв різних видань (серед яких 55 українських) від більш ніж 5000 видавництв.

	Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на навчально-інформаційному порталі НУБіП України http://elearn.nubip.edu.ua .
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між НУБіП України та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Факультет аграрного менеджменту є активним учасником та виконавцем низки міжнародних проєктів, а саме: · 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 життя (Польща), Університетом Фоджа (Італія), Університетом Ллейда (Іспанія) тощо; - 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. Станом на цей час тридцять чотири студенти факультету аграрного менеджменту навчалися та стажувались за кордоном за програмами, які функціонують на факультеті.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	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 до груп студентів-українців.

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

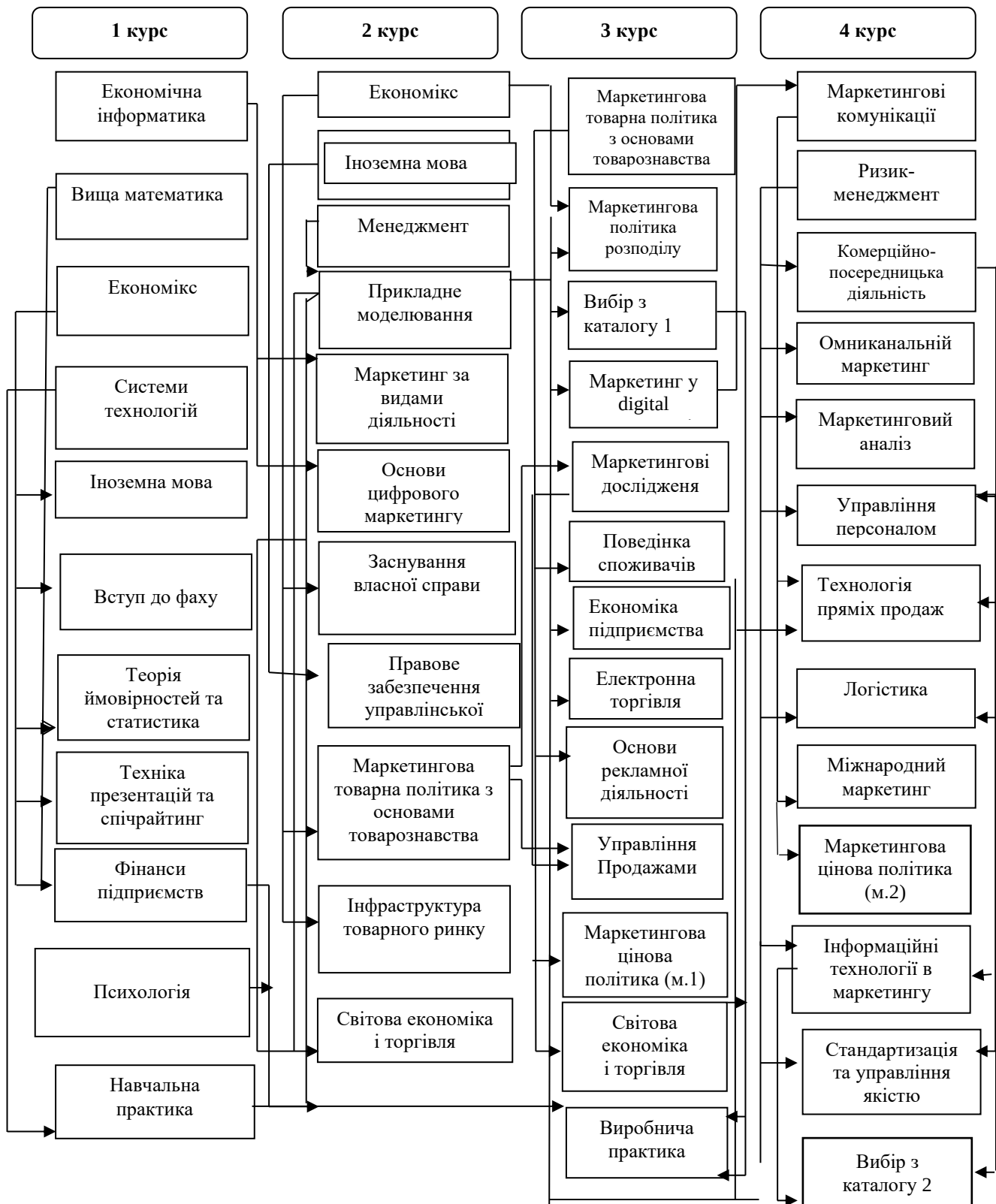
2.1. Перелік компонент ОПП

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	4	екзамен
ОК 10	Психологія	4	екзамен
ОК 11	Техніка презентацій та спічрайтинг з основами веб дизайну	6	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 12.1	Курсова робота з дисципліни Маркетинг		
ОК 13	Маркетинг за видами діяльності: послуг, промисловий, аграрний	9	Екзамен
ОК 13.1	Курсова робота з дисципліни Маркетинг за видами діяльності		
ОК 14	Інфраструктура товарного ринку	4	Екзамен
ОК.15	Стандартизація та управління якістю	4	Екзамен
ОК 16	Управління персоналом	4	Екзамен
ОК 17	Світова економіка і торгівля	6	залік ,екзамен
ОК 18	Маркетингова товарна політика з основами товарознавства	7	залік ,екзамен
ОК.18.1	Курсовий проект з дисципліни Маркетингова товарна політика з основами товарознавства		
ОК 19	Основи цифрового маркетингу	4	екзамен
ОК 20	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК.20.1	Курсовий проект з дисципліни Маркетингові дослідження		
ОК 21	Поведінка споживачів	4	екзамен

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ОК 22	Маркетингова цінова політика (модуль 1, 2)	5	залік, екзамен
ОК 22.1	Курсовий проект з дисципліни Маркетингова цінова політика		
ОК 23	Маркетингові комунікації (модуль 1,2)	5	залік, екзамен
ОК 24	Маркетингова політика розподілу	4	екзамен
ОК 25	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ОК 26	Логістика	4	екзамен
ОК 27	Ризик-менеджмент	4	екзамен
ОК 28	Навчальна практика з фаху	7	залік
ОК 29	Виробнича практика з фаху	4	залік
ОК 30	Підготовка та складання атестаційного екзамену	1	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
Вибіркові компоненти ОП			
<i>Вибіркові дисципліни за спеціальністю (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	5	екзамен
ВК 1.4	Управління продажами	6	екзамен
ВК 1.5	Інформаційні технології в маркетингу	8	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>Вибіркові компоненти за спеціальністю (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	6	екзамен
ВК 2.4	Інтернет-аналітика	5	екзамен
ВК 2.5	Електронна комерція	8	екзамен
ВК 2.6	Проектний аналіз	6	екзамен
ВК 2.7	Маркетинговий аудит	7	екзамен
ВК 2.8	Маркетинг некомерційних організацій	6	екзамен
<i>Вибіркові компоненти за уподобанням студента</i>			
ВКУ 1	Вибір з каталогу	4	Залік
ВКУ 2	Вибір з каталогу	4	Залік
Загальний обсяг вибірових компонентів		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП		240	

2.2. Структурно-логічна схема

Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

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

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОКУ 1	ОКУ 2	ОКУ 3	ОКУ 4	ОКУ 5	ОКУ 6	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30
ЗК1										+	+	+			+			+	+	+	+					+		+	+	+			+			
ЗК2										+					+				+														+	+		
ЗК3					+	+									+																		+	+		
ЗК4	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК5	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК6		+	+	+							+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
ЗК7												+											+						+							
ЗК8	+															+			+							+										
ЗК9																			+	+		+	+	+												
ЗК10		+	+						+												+															
ЗК11				+	+	+	+						+																				+			+
ЗК12														+	+		+		+														+	+		
ЗК13													+	+	+	+									+	+		+	+		+			+	+	+
ЗК14				+	+	+	+																			+	+			+		+	+			
СК1										+							+		+		+					+							+			
СК2											+									+									+				+			
СК3											+							+				+											+			
СК4																		+	+										+				+			
СК5											+								+										+				+			
СК6											+							+		+									+							
СК7																		+											+							
СК8											+							+	+	+									+							
СК9								+	+		+							+	+	+		+							+					+		
СК10																+										+							+			
СК11																																	+	+		
СК12													+						+							+		+								
СК13																		+	+	+	+				+	+	+	+	+			+		+		
СК14									+	+								+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+		+		+		

[illegible]

Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29
ПРН1										+	+	+				+		+	+	+	+				+		+	+	+						
ПРН2										+						+		+																	
ПРН3					+	+										+				+	+											+	+		
ПРН4								+	+											+	+											+	+		
ПРН5	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН6																+						+									+		+		
ПРН7												+										+						+							
ПРН8	+															+		+							+						+			+	
ПРН9	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПРН10		+	+						+											+												+	+		
ПРН11				+	+	+	+						+																						
ПРН12													+	+				+																	
ПРН13													+	+	+	+							+	+		+	+		+						
ПРН14				+	+	+	+																	+	+		+		+		+	+			
ПРН15										+								+		+					+							+			
ПРН16																	+		+								+								
ПРН17											+						+				+												+	+	+
ПРН18											+							+										+					+	+	+
ПРН19																	+	+										+							
ПРН20											+						+		+									+							
ПРН21											+																	+							
ПРН22											+						+	+	+									+							
ПРН23								+	+		+						+	+	+		+						+								
ПРН24																+									+						+	+			
ПРН25													+	+				+																	
ПРН26												+	+	+	+								+	+		+	+		+						
ПРН27				+	+	+	+																	+	+			+	+		+	+			
ПРН28										+								+		+					+						+				
ПРН29													+	+				+																	

	BK 1.1	BK 1.2	BK 1.3	BK 1.4	BK 1.5	BK 1.6	BK 1.7	BK 1.8	BK 2. 1	BK 2.2	BK 2.3	BK 2.4	BK 2.5	BK 2.6	BK 2.7	BK 2.8	BKY 1	BKY 2
ПРН1		+					+				+				+			
ПРН2	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПРН3				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПРН4		+		+	+	+	+				+		+	+	+			
ПРН5			+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		
ПРН6										+								
ПРН7														+				
ПРН8										+								
ПРН9														+				
ПРН10	+																	
ПРН11		+					+				+		+		+			
ПРН12			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПРН13				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПРН14															+			
ПРН15				+	+		+		+		+				+			
ПРН16				+			+			+	+			+	+			
ПРН17			+	+	+	+	+				+		+		+			
ПРН18			+	+			+		+		+		+		+			
ПРН19			+	+		+	+				+			+	+			
ПРН20				+			+			+	+		+					
ПРН21				+					+	+			+	+				
ПРН22				+									+					
ПРН23				+									+		+			
ПРН24				+			+			+	+		+					
ПРН25				+									+		+	+		
ПРН26			+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		+		
ПРН27															+	+		
ПРН28															+	+		
ПРН29		+										+	+			+		

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

Факультет аграрного менеджменту

**НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН
підготовки фахівців 2023 року вступу**

Рівень вищої освіти

Галузь знань

Спеціальність

Освітньо-професійна програма

Орієнтація освітньої програми

Форма навчання

Термін навчання (обсяг кредитів ЄКТС)

На основі

Освітній ступінь

Кваліфікація

Перший (бакалаврський)

07 „Управління та адміністрування”

075 „Маркетинг”

Маркетинг

освітньо-професійна програма

Денна

3 роки 10 місяців (240 кредитів ЄКТС)

повної загальної середньої освіти

«Бакалавр»

бакалавр маркетингу

І. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ
підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 2023 року вступу
спеціальності 075 «Маркетинг»

[illegible]

Умовні позначення:

	-	теоретичне навчання
:	-	екзаменаційна сесія
-	-	канікули

Х	- виробнича практика
О	- навчальна практика
II	атестація здобувачів вищої освіти (атестаційний екзамен)

II. ПЛАН ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ																					
№ п/п	Назва навчальної дисципліни	Загальний обсяг		Форми контролю знань за семестрами			Аудиторні заняття				Самостійна робота	Практична підготовка		Розподіл тижневих годин за курсами та семестрами							
				Екзамен	Залік	Курсова робота								Всього	у тому числі			Навчальна практика	Виробнича практика	I курс	
		лекції	лабораторні				практичні	Семестри													
								1с.	2с.	3с.		4с.	5с.		6с.	7с.	8с.				
								Кількість тижнів у семестрі													
								15	15	15		15	15		15	15	12				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ																					
Обов'язкові компоненти																					
ОК 1	Вища математика	120	4	1			60	15		45	60			4							
ОК 2	Теорія ймовірностей та статистика	150	5	2			90	45	15	30	60				6						
ОК 3	Менеджмент	150	5	3			60	30		30	90					4					
ОК 4	Прикладне моделювання	150	5	4			90	30	60		60						6				
ОК 5	Економіка підприємства	120	4	5			60	30		30	60							4			
ОК 6	Бухгалтерський облік в прикладних програмних рішеннях	120	4	4			45	15		30	75						3				
ОК 7	Економічна інформатика	120	4	1			60	15	45		60			4							
ОК 8	Економікс	300	10	2	1		180	90		90	120			4	8						
ОК 9	Фінанси підприємства	120	4	3			30	15		15	90					2					
ОК 10	Психологія	120	4	2			60	30		30	60				4						
ОК 11	Техніка презентацій та спічрайтинг з основами веб дизайну	180	6	3	2		150	60	30	60	30				4	6					
Всього		1650	55	11	2		885	375	150	360	765	0	0	12	22	12	9	4	0	0	0

[illegible]

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
ОК 23	Маркетингові комунікації (модуль 1,2)	150	5	8	7		93	39		54	57									4	4
ОК 24	Маркетингова політика розподілу	120	4	6			45	15		30	75								4		
ОК25	Міжнародний маркетинг	120	4	8			48	24		24	72										4
ОК 26	Логістика	120	4	7			60	30		30	60									4	
ОК27	Ризик-менеджмент	120	4	8			36	12		24	84										3
ОК 28	Навчальна практика з фаху	210	7		2,4,8							210									
ОК29	Виробнича практика з фаху	120	4		6								120								
ОК30	Атестаційний екзаме́н	30	1	8							30										
	ВСЬОГО	2700	90	16	10	5	1191	546	0	645	1179	210	120	0	0	10	15	15	16	12	19
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		5400	180	32	17	5	2676	1041	210	1425	2394	210	120	30	30	28	28	19	16	12	19
Вибіркові компоненти																					
<i>Вибіркові дисципліни за спеціальністю Блок 1 .«Маркетинг товарів і послуг»</i>																					
ВК 1.1	Маркетинг у digital середовищі	210	7	5			60	30		30	150							4			
ВК 1.2	Основи рекламної діяльності	210	7	5			45	15		30	165							3			
ВК 1.3	Оmnіканальний маркетинг	150	5	6			60	30		30	90								4		
ВК 1.4	Управління продажами	180	6	6			60	30		30	120								4		
ВК 1.5	Інформаційні технології в маркетингу	240	8	7			60	30		30	180									4	
ВК 1.6	Комерційно-посередницька діяльність	180	6	7			60	30		30	120									4	
ВК 1.7	Маркетинговий аналіз	210	7	7			60	30		30	150									4	
ВК 1.8	Технологія прямих продаж	180	6	8			36	12		24	144										3
Всього		1560	52	8		0	441	207	0	234	1119	0	0	0	0	0	0	7	8	12	3

Вибіркові дисципліни за спеціальністю Блок.2. «Інтернет маркетинг»																					
ВК 2.1	Інтернет-комунікації	210	7	5			60	30		30	150						4				
ВК 2.2	Контент маркетинг	210	7	6			45	15		30	165						3				
ВК 2.3	Маркетинг соціальних мереж	180	6	5			60	30		30	120							4			
ВК 2.4	Інтернет-аналітика	150	5	6			60	30		30	90							4			
ВК 2.5	Електронна комерція	240	8	7			60	30		30	180								4		
ВК 2.6	Проектний аналіз	180	6	7			60	30		30	120								4		
ВК 2.7	Маркетинговий аудит	210	7	7			60	30		30	150								4		
ВК 2.8	Маркетинг некомерційних організацій	180	6	8			36	12		24	144									3	
Всього		1560	52	8		0	411	177	0	234	1119	0	0	0	0	0	0	4	11	10	3
Вибіркові дисципліни за уподобанням студента																					
ВКУ 1	Вибір з каталогу	120	4		6		30	16		14	42								2		
ВКУ 2	Вибір з каталогу	120	4		8		30	16		14	42									2	
Всього		240	8	0	2	0	60	32	0	28	84	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Загальний обсяг вибірових компонентів		1800	60	8	2	0	501	239	0	262	1203	0	0	0	0	0	0	7	10	12	5
Кількість курсових робіт		5																			
Кількість заліків		19																			
Кількість екзаменів		40																			
Всього годин навчальних занять (без військової підготовки)		7200	240	40	19	5	3177	1280	210	1687	3597	210	120	30	30	28	28	26	26	24	24

III. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

Навчальні дисципліни	Години	Кредити	%
1. Обов'язкові компоненти ОПП	5400	180	75,0
2. Вибіркові компоненти ОПП	1800	60	25,0
<i>Вибіркові дисципліни за спеціальністю</i>	1440	48	20,0
<i>Вибіркові дисципліни за уподобанням студента</i>	360	12	5,0
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	6	4	-	-	12	52
2	30	6	4	-	-	12	52
3	30	6	5	-	-	11	52
4	27	6	2	-	1	4	40
Разом за ОПП	117	24	15	0	1	39	196

V. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА

№	Вид практики	Семестр	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Навчальна практика з фаху	2, 4, 8	210	7	10
2	Виробнича практика з фаху	6	120	4	5

VI. КУРСОВІ РОБОТИ І ПРОЕКТИ

№	Назва дисципліни	Семестр	Години	Кредити	Курсова робота	Курсовий проект
1	Маркетинг	3	30	1	1	
2	Маркетинг за видами підприємницької 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