



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

**Протокол №10 від 25 квітня 2025 року
засідання вченої ради НУБіП України**

Ректор НУБіП України Вадим ТКАЧУК

**Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 01 вересня 2025 року**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Маркетинг»**

підготовки здобувачів вищої освіти

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 «Маркетинг»

галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

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 – 2025

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю D5 «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. **Буряк Руслан Іванович**, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
3. **Нагорна Олена 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. **Корнійчук Тимофій Андрійович**, асистент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі;
7. **Федоренко Юлія Олегівна**, здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної форми навчання спеціальності 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 D5«Маркетинг»

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет біоресурсів і природокористування України Факультет аграрного менеджменту кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр. Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної 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 спеціальності НД 1193040, дійсний до 01.07.2026 р.
Цикл/рівень	НПК 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 очною (денною) та заочною формами навчання
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньо-професійної програми	Термін дії освітньо-професійної програми «Маркетинг» до 1 липня 2026 року (3 роки 10 місяців).
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної 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. Освітня мета - забезпечити підготовку здобувачів із системними знаннями та практичними навичками у сфері маркетингу підприємств, зокрема аграрних, навчити застосовувати сучасні методи, цифрові інструменти та аналітичні підходи для дослідження аграрних і промислових ринків, розроблення і реалізації маркетингових стратегій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності бізнесу в умовах динамічного середовища. Виховна мета - формувати у здобувачів почуття соціальної відповідальності перед	

суспільством, бізнесом; виховувати дотримання етичних норм у веденні бізнесу, особливо в агропромисловій сфері; розвивати культуру ділової комунікації, чесність та партнерські відносини, що сприяють сталому розвитку підприємств.

Розвиваюча мета - розвивати у студентів критичне та аналітичне мислення для оцінки ринкових процесів у промисловості та сільському господарстві, формувати лідерські якості й здатність до ефективної комунікації, стимулювати прагнення до самонавчання, інноваційності та гармонійного саморозвитку в умовах трансформації підприємницького та аграрного середовища.

3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 «Маркетинг» Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітня програма орієнтована на підготовку конкурентоспроможних фахівців з маркетингу, здатних ефективно працювати у підприємствах різного спрямування, застосовувати сучасні інструменти цифрового та міжнародного маркетингу, проводити дослідження ринків, формувати та реалізовувати маркетингові стратегії з урахуванням принципів інноваційності, соціальної й екологічної відповідальності
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності D5 «Маркетинг» Формування у здобувачів системних знань та практичних навичок у сфері маркетингу, спрямованих на аналіз ринкових процесів, дослідження поведінки споживачів, управління товарною, ціною, збутовою та комунікаційною політикою підприємств. Програма поєднує фундаментальну економічну й управлінську підготовку з сучасними цифровими інструментами маркетингу та

	орієнтована на розвиток компетентностей, необхідних для ефективної професійної діяльності й подальшого кар'єрного зростання. 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 освітньо-професійної програми	Освітня програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей, необхідних для проведення маркетингових досліджень, аналізу поведінки споживачів, а також для розроблення й реалізації товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємств, в тому числі аграрних. Програма також передбачає опанування міжнародного та цифрового маркетингу як ключових складових сучасної професійної підготовки. Особлива увага приділяється підготовці фахівців, здатних забезпечувати конкурентоспроможність українського аграрного сектору на національному та світових ринках, впроваджувати інноваційні маркетингові технології, дотримуватися принципів соціальної та екологічної відповідальності, сприяти сталому розвитку сільських територій і продовольчої безпеки держави. Підготовка здобувачів за ОП здійснюється, як українською так і англійською мовами, що відкриває широкі можливості для міжнародної мобільності, програм подвійних дипломів і паралельного навчання.. Інтерактивні виїзні практичні заняття. Залучення закордонних науковців та практичних фахівців з маркетингу до навчального процесу.
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 FQENEА, рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК. Випускники освітньо-професійної програми мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти за програмами освіти впродовж життя.
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.
Оцінювання	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". 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 100бальною 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. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності. ЗК 16. Здатність захищати Батьківщину.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (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. 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.
7 - Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПРН)	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. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПРН 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. ПРН 20 Опанувати базові загальновійськові знання та вміння, необхідні для виконання конституційного обов'язку щодо захисту Вітчизни, незалежності та територіальної цілісності України.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	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. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники здійснюють підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Всього науково-педагогічних працівників групи забезпечення - 36 у т. ч. доктори наук, професори - 10; кандидати наук, доценти - 26.
Матеріально-технічне забезпечення	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 санітаizers, запроваджено масковий режим, відремонтовані і відповідно обладнані бомбосховища та укриття, розроблено план дій на випадок блякауту. 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

	абонементом у корпусі № 10 НУБіП України, комп'ютерні класи, навчально-наукові лабораторії.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Віртуальне освітнє середовище НУБіП України об'єднує веб-сайт університету (nubip.edu.ua), що містить інформацію про освітні програми, факультети, ННІ, кафедри, розклад занять, контакти викладачів та іншу інформацію; навчально-інформаційний портал (elearn.nubip.edu.ua), на якому розміщені електронні курси навчальних дисциплін; інформаційну систему «Е-деканат», особистий кабінет студента (my.nubip.edu.ua), а також наукову бібліотеку НУБіП України. Бібліотечний фонд – багатогалузевий, нараховує понад 900 тис. примірників видань, у т.ч. рідкісних, авторефератів та повнотестових дисертацій, більше 50 назв журналів та газет, які доступні в центральній бібліотеці та 5 філіях, 8 абонементів з видачі книг, 7 читальних залів на 527 місць з вільним доступом до мережі Інтернет. Електронні ресурси бібліотеки: електронний каталог, цифрова бібліотека (https://dglb.nubip.edu.ua) доступна з мережі Інтернет), яка містить понад 8000 повнотекстових видань; електронна бібліотека (доступна з локальної мережі університету), яка містить більше 9000 повнотекстових видань. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на сторінці освітньої програми (https://nubip.edu.ua/node/1129/2) Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення повністю відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти. Це гарантує відповідність програми державним стандартам та забезпечує належний рівень підготовки здобувачів. Університет має достатню кількість навчальних, навчально-методичних та бібліотечно-інформаційних ресурсів, що гарантують якісне засвоєння знань здобувачами за ОП "Маркетинг". Зокрема, студенти мають доступ до: Підручників, навчальних посібників, методичних матеріалів; Конспектів лекцій та їх презентацій у електронному вигляді; Робочих програм та силабусів дисциплін. Освітній процес активно підтримується цифровими технологіями: Освітній сайт НУБіП (https://nubip.edu.ua/) містить інформацію про факультет аграрного менеджменту та кафедру маркетингу та міжнародної торгівлі. Навчальний портал e-Learn НУБіП України містить електронні навчальні курси освітніх компонентів, що забезпечують ОПП "Маркетинг" (elearn.nubip.edu.ua). Інструменти дистанційного навчання - корпоративні точки доступу Cisco Webex Meetings дозволяють проводити онлайн-заняття та консультації.

	Для забезпечення якісного навчального процесу використовується сучасне мультимедійне обладнання: Мультимедійний проектор; Проекційний екран; Інтерактивна мультимедійна дошка; Комп'ютери з ліцензійним програмним забезпеченням (ОС Windows, пакет MS Office). Функціонування освітніх онлайн-ресурсів сприяє активній самостійній роботі студентів. Вони мають доступ до навчальних матеріалів у будь-який час, що дозволяє поглиблювати знання та ефективно опановувати дисципліни програми. Освітньо-професійна програма "Маркетинг" НУБіП України має сучасне інформаційне, методичне та технічне забезпечення, що відповідає всім ліцензійним вимогам та сприяє високоякісній підготовці фахівців у сфері маркетингу.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між НУБіП України та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	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, Тімішоара, Румунія; Університет прикладних наук Хохенхайм, Німеччина; Норвезький університет наук про життя, Норвегія; Шведський університет сільськогосподарських наук, UPSALA; Університет Ллейда, Іспанія; Університет прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Німеччина; Загребський університет, ВХорватія; Неапольський Університет Федеріка, Італія; Університет м. Тарту, Естонія; Словацький аграрний університет м. Нітра, Словаччина; Університет Гайсенхайм, Німеччина; Університет прикладних наук Анхальт, Німеччина. 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-12020-1-UA-EPPJMO-CHAIR; Проєкт Жана Монне «Європейські цінності різноманіття та інклюзії для сталого розвитку» Erasmus+ Jean Monnet Project (EVDISD) Проєкт DAAD “Діджиталізація навчального процесу в українських аграрних університетах”; Проєкт DAAD “Україна цифрова: забезпечення академічної успішності під час кризи.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	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.

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

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП			
Цикл загальної підготовки			
OK 1	Вища математика	5	екзамен
OK 2	Теорія ймовірностей та статистика	5	екзамен
OK 3	Менеджмент	5	екзамен
OK 4	Прикладне моделювання	5	екзамен
OK 5	Основи виробничої економіки	4	екзамен
OK 6	Бухгалтерський облік в прикладних програмних рішеннях	4	екзамен
OK 7	Економічна інформатика	4	екзамен
OK 8	Економікс	10	залік, екзамен
OK 9	Фінанси підприємства	3	екзамен
OK 10	Психологія	4	екзамен
OK 11	Техніка презентацій та веб дизайн	4	екзамен
OK12	Бізнес- комунікації	4	екзамен
OK 13	Теоретична підготовка базової загальнонавчальної підготовки	3	залік
OK 14	Іноземна мова	10	залік, екзамен
OK 15	Технологія рослинництва	4	екзамен
OK 16	Технологія тваринництва	4	екзамен
OK 17	Фізичне виховання	3	залік
OK 18	Заснування власної справи	4	екзамен
OK 19	Вступ до фаху	5	залік, екзамен
OK 20	Правове забезпечення управлінської діяльності	3	екзамен
Цикл спеціальної (фахової) підготовки			
OK 21	Маркетинг	6	екзамен
OK 22	Маркетинг за видами діяльності: послуг, промисловий, аграрний	8	екзамен
OK 23	Інфраструктура товарного ринку	4	екзамен
OK.24	Стандартизація та управління якістю	3	екзамен
OK 25	Управління персоналом	3	екзамен
OK 26	Світова економіка і торгівля	5	залік,екзамен
OK 27	Маркетингова товарна політика з основами товарознавства	6	залік, екзамен

ОК 28	Основи цифрового маркетингу	4	екзамен
ОК 29	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 30	Поведінка споживачів	4	екзамен
ОК 31	Маркетингова цінова політика	7	залік,екзамен
ОК 32	Маркетингові комунікації	6	залік, екзамен
ОК 33	Маркетингова політика розподілу	4	екзамен
ОК 34	Міжнародний маркетинг	3	екзамен
ОК 35	Логістика	3	екзамен
ОК 36	Ризик-менеджмент	3	екзамен
ОК 37	Практична підготовка	13	залік
ОК 38	Атестаційний екзамен	1	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП			
Цикл загальної підготовки			
ВКУ 1	Вибір з каталогу	3	залік
ВКУ 2	Вибір з каталогу	3	залік
Всього		6	
<i>Вибіркові дисципліни за спеціальністю</i>			
ВК 1.1	Маркетинг у digital середовищі	7	екзамен
ВК 1.2	Основи рекламної діяльності	7	екзамен
ВК 1.3	Інтернет-комунікації	7	екзамен
ВК 1.4	Контент маркетинг	7	екзамен
ВК 2.1	Омніканальний маркетинг	7	екзамен
ВК 2.2	Управління продажами	7	екзамен
ВК 2.3	Маркетинг соціальних мереж	7	екзамен
ВК 2.4	Інтернет-аналітика	7	екзамен
ВК 3.1	Хмарні інструменти в маркетингу	7	екзамен
ВК 3.2	Електронна комерція	7	екзамен
ВК 3.3	Маркетинговий аудит	7	екзамен
ВК 3.4	Маркетинговий аналіз	7	екзамен
ВК 4.1	Комерційно-посередницька діяльність	6	екзамен
ВК 4.2	Проектний аналіз	6	екзамен
ВК 4.3	Технологія прямих продаж	6	екзамен
ВК 4.4	Маркетинг некомерційних організацій	6	екзамен
Загальний обсяг вибірових компонентів		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП		240	

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

1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Вища математика	Теорія ймовірностей та статистика	Менеджмент	Прикладне моделювання	Основи виробничої економіки	Маркетингові дослідження	Маркетингові комунікації	
Економічна інформатика	Психологія	Інфраструктура товарного ринку	Фінанси підприємства	Поведінка споживачів	Маркетингова політика розподілу	Логістика	Стандартизація та управління якістю
Економікс		Бухгалтерський облік в прикладних програмних рішеннях	Теоретична підготовка базової загальноїськоївої підготовки	Маркетинг у digital середовищі	Маркетингова цінова політика		Управління персоналом
	Іноземна мова		Заснування власної справи	Основи рекламної діяльності	Оmnіканальний маркетинг	Вибір з каталогу	Міжнародний маркетинг
Технологія рослинництва	Техніка презентацій та веб дизайн	Бізнес-комунікації	Правове забезпечення управлінської діяльності	Інтернет-комунікації	Управління продажами	Вибір з каталогу	Ризик-менеджмент
Технологія тваринництва		Маркетинг	Маркетинг за видами діяльності: аграрний, послуг, промисловий	Контент маркетинг	Маркетинг соціальних мереж	Маркетинговий аналіз	Комерційно-посередницька діяльність
Фізичне виховання		Основи цифрового маркетингу	Світова економіка і торгівля			Маркетинговий аудит	Технологія прямих продаж
Вступ до фаху			Маркетингова товарна політика з основами товарознавства		Інтернет-аналітика	Хмарні інструменти в маркетингу	Проектний аналіз
						Електронна комерція	Маркетинг некомерційних організацій
	↓		↓		↓		↓
	Практична підготовка		Практична підготовка		Практична підготовка		Атестаційний екзамен
1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності D5 «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.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми «Маркетинг»

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	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	OK 30	OK 31	OK 32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38
IK	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K1										+					+		+			+		+														+		
3K2										+					+	+	+			+		+														+		
3K3		+	+	+	+			+													+		+			+	+	+		+	+	+	+	+	+			+
3K4											+	+			+	+							+				+	+		+		+				+	+	
3K5					+				+		+	+															+										+	+
3K6		+	+	+	+			+	+						+	+				+		+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+		+
3K7		+	+	+	+			+	+		+	+			+	+		+			+		+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
3K8	+	+	+	+	+	+					+										+			+	+				+		+	+			+			+
3K9	+	+	+	+		+	+					+									+			+					+	+		+	+					+
3K10			+			+								+					+																			+
3K11											+	+															+					+					+	+
3K12								+				+														+					+							+
3K13																	+	+		+	+	+												+				+
3K14					+				+	+					+	+	+			+		+									+							+
3K15													+						+	+																		
3K 16													+																									
CK1														+					+				+				+	+					+					+
CK2																			+																			+
CK3	+	+	+	+		+			+		+	+									+			+					+								+	+
CK4			+		+				+		+	+			+	+		+			+							+			+	+			+		+	+
CK5			+		+			+			+	+			+	+							+			+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
CK6	+		+		+			+															+		+	+			+	+		+	+	+	+			+
CK7	+		+		+				+														+					+	+	+	+	+	+		+			+
CK8					+			+	+																	+									+		+	+
CK9																		+			+		+				+	+					+					+
CK10							+				+	+									+		+					+	+			+	+					+
CK11		+		+			+														+							+			+	+						+
CK12							+	+			+			+						+					+	+		+		+		+		+		+		+
CK13			+			+		+									+			+		+	+		+	+	+	+	+			+	+	+	+	+		+
CK14	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+			+	+					+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
CK15		+			+			+	+									+			+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми «Маркетинг»

[illegible]

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Факультет аграрного менеджменту

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН
підготовки здобувачів вищої освіти 2025 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)

D «Бізнес, адміністрування та право»

D5 «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 2025 року вступу спеціальності D5 «Маркетинг» освітньо-професійної програми Маркетинг

Рік навчання	2025 рік																	2026 рік																																					
	Вересень				29	Жовтень				27	Листопад				Грудень				29	Січень				Лютий				Березень				30	Квітень				27	Травень				Червень				29	Липень				27	Серпень			
	1	8	15	22	IX	6	13	20	X	3	10	17	24	1	8	15	22	XII	5	12	19	26	2	9	16	23	2	9	16	23	III	6	13	20	IV	4	11	18	25	1	8	15	22	VI	6	13	20	VII	3	10	17	24			
					4					1									3												4				2								4				1								
	6	13	20	27	X	11	18	25	XI	8	15	22	29	6	13	20	27	I	10	17	24	31	7	14	21	28	7	14	21	28	IV	11	18	25	V	9	16	23	30	6	13	20	27	VII	11	18	25	VIII	8	15	22	29			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52				
1																:	:	-	-	-	-	-														:	:	O	O	O	O	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
2																:	:	-	-	-	-	-														:	:	O	O	O	O	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
3																:	:	-	-	-	-	-														:	:	X	X	X	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
4																:	:	-	-	-	-	-												:	:	O	O		//																

1																	:	:	-	-	-	-	-														:	:	O	O	O	O	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
2																	:	:	-	-	-	-	-														:	:	O	O	O	O	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3																	:	:	-	-	-	-	-														:	:	X	X	X	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4																	:	:	-	-	-	-	-												:	:	O	O		//													

Умовні позначення:

:
-

- теоретичне навчання
- екзаменаційна сесія
- канікули

X
O
II
//

- виробнича практика
- навчальна практика
- підготовка бакалаврської кваліфікаційної роботи
- атестація здобувачів вищої освіти (атестаційний екзамен чи/та захист бакалаврської кваліфікаційної роботи)

II. ПЛАН ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

№ п/п	Назва навчальної дисципліни	Загальний обсяг		Форми контролю знань за семестрами		Аудиторні заняття			Самостійна робота	Практич на підготов ка		Розподіл тижневих годин за курсами та семестрами									
												Годин	Кредитів (1ЄСТС 30 год).	Екзамен	Залік	Курсова робота	Всього	у тому числі			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	15	12													
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП																					
Цикл загальної підготовки																					
ОК 1	Вища математика	120	5	1			60	15		45	90			4							
ОК 2	Теорія ймовірностей та статистика	150	5	2			90	30		60	60				6						
ОК 3	Менеджмент	150	5	3			60	30		30	90					4					
ОК 4	Прикладне моделювання	150	5	4			90	30	30	30	60					6					
ОК 5	Основи виробничої економіки	120	4	5			60	30		30	60						4				
ОК 6	Бухгалтерський облік в прикладних програмних рішеннях	120	4	4			60	30		30	60					4					
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	90	3	3			30	15		15	60					2					
ОК 10	Психологія	120	4	2			60	30		30	60				4						
ОК 11	Техніка презентацій та веб дизайн	120	4	2			60	30		30	60				4						
ОК 12	Бізнес-комунікації	120	4	3			75	30		45	45					5					
ОК 13	Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки	90	3		4		60	36		24	20						4				
ОК 14	Іноземна мова	300	10	3	1,2		165			165	135			4	4	3					
ОК 15	Технологія рослинництва	120	4	1			60	30		30	60			4							
ОК 16	Технологія тваринництва	120	4	1			60	30		30	60			4							
ОК 17	Фізичне виховання	90	3		1,2		60			60	30			2	2						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
ОК 18	Заснування власної справи	120	4	4			60	30		30	60						4				
ОК 19	Вступ до фаху	150	5	1	2		90	30		60	60			4	2						
ОК 20	Правове забезпечення управлінської діяльності	90	3	4			45	15		30	45						3				
Всього		2790	93	16	8		1485	546	75	864	1295			30	30	20	19				
Цикл спеціальної (фахової) підготовки																					
ОК 21	Маркетинг	180	6	3		3	90	45		45	90					6					
ОК 22	Маркетинг за видами діяльності: аграрний, послуг, промисловий	240	8	4	5,6	4	165	75		90	75						4	3	4		
ОК 23	Інфраструктура товарного ринку	120	4	3			60	30		30	60					4					
ОК 24	Стандартизація та управління якістю	90	3	8			36	12		24	54										3
ОК 25	Управління персоналом	90	3	8			36	12		24	54										3
ОК 26	Світова економіка і торгівля	150	5	5	4		90	30		60	60						3	3			
ОК 27	Маркетингова товарна політика з основами товарознавства	180	6	5	4	5	105	45		60	75						4	3			
ОК 28	Основи цифрового маркетингу	120	4	3			60	30		30	60					4					
ОК 29	Маркетингові дослідження	120	4	6		6	60	30		30	60								4		
ОК 30	Поведінка споживачів	120	4	5			45	15		30	75							3			
ОК 31	Маркетингова цінова політика	210	7	7	6	7	105	45		60	105								4	3	
ОК 32	Маркетингові комунікації	180	6	8	7		84	42		42	96									4	2
ОК 33	Маркетингова політика розподілу	120	4	6			60	30		30	60								4		
ОК 34	Міжнародний маркетинг	90	3	8			36	12		24	54										3
ОК 35	Логістика	90	3	7			45	15		30	45									3	
ОК 36	Ризик-менеджмент	90	3	8			36	12		24	54										3
ОК 37	Практична підготовка	390	13		2,4,6,8							300	90								
ОК 38	Підготовка та складання атестаційного екзамену	30	1	8																	
Всього		2610	87	17	10	5	1113	480		633	1077	300	90			10	11	16	16	10	14
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		5400	180	33	18	5	2598	1026	75	1497	2372	300	90	30	30	30	30	16	16	10	14

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП																					
Цикл загальної підготовки																					
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		2		60	30		30	120									4	
Цикл спеціальної (фахової) підготовки																					
Вибіркові компоненти за спеціальністю																					
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	Інтернет-комунікації	210	7	5			75	30		45	135							5			
ВК 1.4	Контент маркетинг	210	7	5			75	30		45	135							5			
ВК 2.1	Оmnіканальний маркетинг	210	7	6			75	30		45	135								5		
ВК 2.2	Управління продажами	210	7	6			75	30		45	135								5		
ВК 2.3	Маркетинг соціальних мереж	210	7	6			75	30		45	135								5		
ВК 2.4	Інтернет-аналітика	210	7	6			75	30		45	135								5		
ВК 3.1	Хмарні інструменти в маркетингу	210	7	7			75	30		45	135									5	
ВК 3.2	Електронна комерція	210	7	7			75	30		45	135									5	
ВК 3.3	Маркетинговий аудит	210	7	7			75	30		45	135									5	
ВК 3.4	Маркетинговий аналіз	210	7	7			75	30		45	135									5	
ВК 4.1	Комерційно-посередницька діяльність	180	6	8			60	24		36	120										5
ВК 4.2	Проектний аналіз	180	6	8			60	24		36	120										5
ВК 4.3	Технологія прямих продаж	180	6	8			60	24		36	120										5
ВК 4.4	Маркетинг некомерційних організацій	180	6	8			60	24		36	120										5
Всього		1620	54	52			570	228		342	1050							10	10	10	10
Загальний обсяг вибірових компонентів		1800	60	8	2		630	258		372	1170							10	10	14	10
Кількість курсових робіт		5																			
Кількість заліків		20																			
Кількість екзаменів		41																			
Всього годин навчальних занять		7200	240	41	20	5	3228	1284	75	1869	3542	300	90	30	30	30	30	26	26	24	24

III. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОГО ПЛАНУ

Назва освітньої компоненти	Години	Кредити	%
Обов'язкові компоненти ОПП	5400	180	75
Цикл загальної підготовки	2790	93	52
Цикл спеціальної (фахової) підготовки	2610	87	48
Вибіркові компоненти ОПП	1800	60	25
Цикл загальної підготовки	180	6	10
Цикл спеціальної (фахової) підготовки	1620	54	90
Разом за ОПП	7200	240	100

IV. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО КІЛЬКІСТЬ КРЕДИТІВ

Курс	Семестр	Кількість кредитів	Всього за навчальний рік
1	1	29	60
	2	31	
2	1	27	60
	2	33	
3	1	27	60
	2	33	
4	1	29	60
	2	31	
Разом			240

V. ЗВЕДЕНІ ДАНІ ПРО БЮДЖЕТ ЧАСУ, ТИЖНІ

Рік навчання	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Практична підготовка	Підготовка кваліфікаційної бакалаврської роботи	Атестація здобувачів	Канікули	Всього
1	30	4	4	-	-	14	52
2	30	4	4	-	-	14	52
3	30	4	5	-	-	13	52
4	27	4	2		1	5	39
Разом за ОПП	117	16	15		1	46	195

VI. ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА

№	Вид практики	Семестр	Години	Кредити	Кількість тижнів
1	Навчальна практика з фаху	2	120	4	4
2	Навчальна практика з фаху	4	120	4	4
3	Виробнича практика з фаху	6	90	3	5
4	Переддипломна практика	8	30	2	1

VII. 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

VIII. АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

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