

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
освітня кваліфікація Бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

 Михайло БРОШКОВ

(протокол № 12 від «25» 04 2024 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 02 вересня 2024 р.

Ректор  Михайло БРОШКОВ

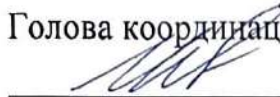
(наказ № 100 від «25» 09 2024 р.)




Місто Одеса 2024 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«МАРКЕТИНГ»

1. Координаційна рада з забезпечення якості вищої освіти: протокол № 9 від «22» квітня 2024 р.

Голова координаційної ради з забезпечення якості вищої освіти
 Інна МАЛЕЦЬКА « 22 » квітня 2024 р.

2. Керівник навчально-методичного відділу

 Вячеслав СЕДОВ « 22 » квітня 2024 р.

3. Керівник відділу забезпечення якості вищої освіти:

 Ольга КОСТЮХІНА « 22 » квітня 2024 р.

4. Вчена рада факультету економіки та управління:

Протокол № 8 від «19» квітня 2024 р.


Голова вченої ради факультету економіки та управління:

 Анатолій ЛІВІНСЬКИЙ « 19 » квітня 2024 р.

Розробники:

1. Керівник проектної групи

Оксана МЕЛЬНИЧУК, доцент кафедри менеджменту, к.е.н, доцент


 « 18 » квітня 2024 р.

Члени проектної групи:

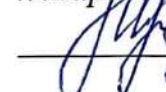
2. Галина ЗАПША, завідувач кафедри менеджменту, д.е.н., професор

 « 18 » квітня 2024 р.

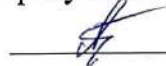
3. Ганна ДІДУР, доцент кафедри менеджменту, к.е.н, доцент

 « 18 » квітня 2024 р.

4. Марія ЛЕВІНА-КОСТЮК, доцент кафедри менеджменту, к.е.н.

 « 18 » квітня 2024 р.

5. Олександра ЩЕГЛОВА, здобувачка освітнього ступеня «бакалавр», факультет економіки та управління.

 « 18 » квітня 2024 р.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Садченко О.В., д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Національного університету ім. І.І. Мечникова;
Герасимова Н. С., керуюча Саратовським відділенням ПАТ «Державний ощадний банк України»;
Сахацький П.М., Керівник Продуктового Маркетингу, Readdle Labs, London, UK

Фахівці, залучені до розроблення освітньої програми:

Жихарєва Н. О., маркетолог Team Lead of PPC IM, Агентства інтернет-маркетингу Inweb;
Садченко О.В., д.е.н., завідувачка кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Національного університету ім. І.І. Мечникова.
Подкопалов В. Л., директор ТОВ «Агровітокс» Роздільнянського району Одеської області

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

<i>1. Загальна інформація</i>	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Одеський державний аграрний університет Факультет економіки та управління Кафедра менеджменту
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	не передбачено
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг програми: • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС. Термін навчання – 3 роки 10 місяців; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.
Наявність акредитації	Відкрита у 2024 році. Акредитація планується у 2028 році.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень (Постанова КМУ від 23 листопада 2011 р. № 1341, зі змінами та доповненнями від 25.06. 2020 р. № 519), FQ -EHEA - перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність середньої, середньої спеціальної освіти
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	3 роки 10 місяців
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://osau.edu.ua/
<i>2. Мета освітньо-професійної програми</i>	
Забезпечення системної фахової підготовки бакалаврів маркетингу нової якості, які володіють глибокими теоретичними знаннями, практичними навичками та вміннями, мотивовані до гармонійного особистісного розвитку, креативно мислять, діють соціально відповідально на засадах високих духовних цінностей та здатні вирішувати практичні проблеми та спеціалізовані задачі в сфері маркетингу, з метою високопродуктивного природокористування та соціально-економічного зростання виробничих колективів, територіальних громад та суспільства в цілому.	

3. Характеристика освітньо-професійної програми

<p>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</p>	<p>Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг <i>Об'єктами вивчення є маркетингова діяльність підприємств.</i> <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, здатних вирішувати практичні проблеми та складні спеціалізовані задачі, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, у сфері маркетингу.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> парадигми, закони, закономірності, принципи, історичні передумови та тенденції розвитку маркетингу; концепції удосконалення виробництва, удосконалення товару, інтенсифікації комерційних зусиль, соціально-етичного маркетингу, освіченого маркетингу тощо; функції, методи, технології та управлінські рішення у маркетингу. <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); методи реалізації функцій менеджменту (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування; методи проектування організаційних структур маркетингу; методи мотивування; методи контролювання; методи оцінювання соціальної, організаційної та економічної ефективності в маркетингу тощо). методи менеджменту (адміністративні, економічні, соціально-психологічні, технологічні); технології обґрунтування управлінських рішень (економічний аналіз, імітаційне моделювання, дерево рішень тощо). <i>Інструментарій та обладнання:</i> сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, інформаційні системи та програмні продукти, що застосовуються в маркетинговій діяльності.</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Освітньо-професійна</p>
<p>Основний фокус освітньої програми</p>	<p>Спеціальна освіта в галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг». Освітньо-професійна програма «Маркетинг» передбачає фундаментальну маркетингову підготовку та ґрунтовну загальноекономічну освіту, поєднання яких забезпечує здатність випускників до рішення таких професійних завдань: системний аналіз діяльності організації, виявлення проблем та обґрунтування методів їх вирішення; розробка маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності; використання інструментарію маркетингу в інноваційній діяльності; використання маркетингових інформаційних систем в ухваленні маркетингових рішень і розробки рекомендації щодо підвищення їх ефективності; аналіз поведінки ринкових суб'єктів та визначення особливостей функціонування ринків; обґрунтування, презентування і впровадження результатів досліджень у сфері маркетингу; демонстрування навичок аналізу результативності управління маркетинговою діяльністю, обґрунтування напрямів її перспективного розвитку з урахуванням галузевих особливостей аграрного сектора; демонстрування навичок аналізу бізнес ідей, розроблення, прийняття та реалізації маркетингових рішень у сфері стратегічної та інвестиційної діяльності в умовах невизначеності та ризику; застосування методів та інструментів економіко-математичного моделювання складних економічних систем для обґрунтування рішень в маркетинговій діяльності; застосування сучасних ІТ- технологій в маркетинговій діяльності. Програма включає комплекс професійно-орієнтованих дисциплін з управління маркетинговою діяльністю підприємств. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, ринок, потреба, споживач, продукт, ціна, розподіл, просування, управління, організація, підприємство, стратегія, управлінські рішення, креативність, інновації, цифрові технології, функції, комунікації, результативність, ефективність.</p>

<p>Особливості та відмінності освітньої програми</p>	<p>Програма спрямована на поєднання глибоких дисциплінарних та міждисциплінарних теоретичних знань з прикладними навиками використання маркетингових методів та інструментів, що формує у здобувачів конкурентоспроможний на ринку праці кейс загальних та фахових компетентностей у сфері маркетингу та дозволяє побудувати власну кар'єру в підприємствах різних секторів економіки, органах державного управління тощо.</p> <p>Унікальність програми полягає в її орієнтації на формування компетентностей з аналізу маркетингового потенціалу підприємства та розробки напрямів і інструментарію його розвитку з урахуванням галузевих особливостей (аграрний сектор); стратегічно мислити, формулювати та аналізувати бізнес-ідеї, управляти інвестиціями, організовувати маркетингову діяльність в умовах ринкового ризику; використання економіко-математичних методів і моделей для аналізу, прогнозування, планування та оптимізації маркетингової діяльності.</p> <p>Програма враховує сучасні кадрові потреби стейкхолдерів, а також тенденції розвитку регіонального, національного та світового ринків праці.</p> <p>Освітній процес поєднує теоретичне навчання, практичну підготовку та науково-дослідну роботу здобувачів та передбачає проходження виробничих практик на підприємствах, написання курсових робіт, участь в науково-практичних конференціях, круглих столах, олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт, підготовку та публічний захист кваліфікаційної роботи.</p>
<p>4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Бакалавр з маркетингу підготовлений для роботи на підприємствах, в установах та організаціях усіх галузей і здатний обіймати посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010:</p> <p>Керівники підрозділів маркетингу, код КП 1233;</p> <p>Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю, код КП 1234;</p> <p>Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) , код КП 2419.1;</p> <p>Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності, код КП 2419.2;</p> <p>Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок, код КП 1474;</p> <p>Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки, код КП 1474.3;</p> <p>Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління, код КП 1474.4;</p> <p>Менеджери (управителі) з реклами, код КП 1476.1;</p> <p>Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні, код КП 1317;</p> <p>Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери, код КП 3429.</p>
<p>Подальше навчання</p>	<p>Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання за освітніми програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», інших спеціальностей магістерського рівня в галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціалізованими прикладними програмами підготовки сертифікованих фахівців (з оцінки бізнесу, фінансової аналітики, бухгалтерського обліку та ін.) а також спеціальностей інших галузей.</p>

5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Модель навчання: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання. Модель навчання передбачає активну роль студента, партнерство «викладач-студент», що засноване на комунікативній та міжособистісній взаємодії, взаємоповазі.</p> <p>Основними формами здобуття вищої освіти є: інституційна (очна (денна), заочна, дистанційна, змішана) та дуальна.</p> <p>Освітній процес здійснюється через поєднання лекцій, семінарських, практичних занять з розв'язанням ситуаційних завдань та використанням кейс-методів, ділових ігор, міждисциплінарних тренінгів, мастер-класів за спеціалізацією, що розвивають комунікативні та лідерські навички та уміння працювати в команді, самостійну роботу з можливістю консультацій з викладачем, підготовку бакалаврської кваліфікаційної роботи.</p>
Оцінювання	<p>Застосовується модульно-рейтингова система контролю і оцінювання знань. Поточний контроль – усні опитування, поточні контрольні роботи, оцінка рефератів, презентацій, індивідуальних розрахункових завдань тощо.</p> <p>Модульний контроль – модульні контрольні роботи.</p> <p>Семестровий контроль – іспити, заліки, захист звітів з практики, захист курсових робіт.</p> <p>Атестація – публічний захист кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «бакалавр».</p> <p>Передбачена накопичувальна система оцінювання знань за освітніми компонентами.</p>
6. Програмні компетентності та результати навчання	
Інтегральна компетентність	ІК - 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)	Компетентності, визначені стандартом вищої освіти
	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 та примножувати 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, 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.	
Спеціальні 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 інноваційній 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 крос-функціональному розрізі.	
	СК14	Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.	
	Компетентності, визначені університетом		
		СК15	Здатність використовувати сучасні методи та інструменти маркетингової аналітики, ринкових досліджень та економічного прогнозування з метою обґрунтування, прийняття та імплементації управлінських рішень щодо забезпечення ефективної маркетингової діяльності бізнес суб'єктів.
	СК16	Здатність стратегічно мислити, формулювати цілі та розробляти механізми реалізації товарної, цінової, розподільчої та комунікативної політики бізнес суб'єктів агропродовольчої сфери на основі проведення комплексних маркетингових досліджень внутрішнього та зовнішнього секторальних ринків.	
Програмні результати навчання	Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти		
	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.

	Програмні результати навчання, визначені університетом	
	ПРН 19	Демонструвати навички використання сучасних методів та інструментів маркетингової аналітики, ринкових досліджень та економічного прогнозування з метою обґрунтування, прийняття та імплементації управлінських рішень щодо забезпечення ефективної маркетингової діяльності бізнес суб'єктів.
	ПРН 20	Демонструвати навички розробки та реалізації маркетингової товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної політики бізнес суб'єктів агропродовольчої сфери на основі проведення комплексних маркетингових досліджень внутрішнього та зовнішнього секторальних ринків.
7. Ресурсне забезпечення реалізації програми		
Кадрове забезпечення	У відповідності до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою КМУ від 30.12.2015 р. № 1187. Реалізацію освітньо-професійної програми здійснюють висококваліфіковані науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, мотивовані до особистісного розвитку та підтримки високого рівня професіоналізму. Всі науково-педагогічні працівники проходять підвищення кваліфікації, в т.ч. за кордоном. До освітнього процесу залучаються висококваліфіковані фахівці-практики.	
Матеріально-технічне забезпечення	У відповідності до технологічних вимог щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (додаток 4 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою КМУ від 30.12.2015 р. № 1187. Матеріально-технічне забезпечення, що включає приміщення для лекційних та практичних занять, комп'ютерні класи з прикладними комп'ютерними програмами, спеціалізовані лабораторії, бібліотеку, читальну залу, доступ до мережі Інтернет, мультимедійне обладнання, актову залу, спортивну залу та спортивний майданчик, гуртожитки, спортивно-оздоровчий табір, пункти громадського харчування тощо, створює необхідне середовище для продуктивної освітньої, наукової та громадської діяльності здобувачів.	
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	У відповідності до технологічних вимог щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (додаток 5 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою КМУ від 30.12.2015 р. № 1187. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення базується на сучасних інформаційних системах і технологіях та включає: бібліотечний фонд навчальної та наукової літератури, фахових періодичних видань, що відповідають профілю освітньої програми http://library-odau.blogspot.com/ ; Інституційний репозитарій http://lib.osau.edu.ua/jspui/ ; Електронний каталог http://lib.osau.edu.ua:8080/ ; Офіційний веб-сайт ОДАУ http://osau.edu.ua/ ; доступ до мережі Інтернет; освітнє середовище на платформі MOODLE https://moodle.osau.edu.ua/ ; навчальні і робочі плани; навчально-методичне забезпечення дисциплін (робочі програми, силабуси, конспекти лекцій, методичні вказівки для практичних занять та самостійної роботи); методичне забезпечення проходження навчальних та виробничих практик; методичні вказівки з виконання курсових робіт; методичні рекомендації з підготовки кваліфікаційної роботи тощо.	
8. Академічна мобільність		
Національна кредитна мобільність	Передбачена Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ОДАУ та може реалізовуватися відповідно до укладених угод з закладами вищої освіти України.	
Міжнародна кредитна мобільність	Передбачена Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ОДАУ та може реалізовуватися відповідно до укладених угод про міжнародне співробітництво.	
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою - вивчення української мови як іноземної.	

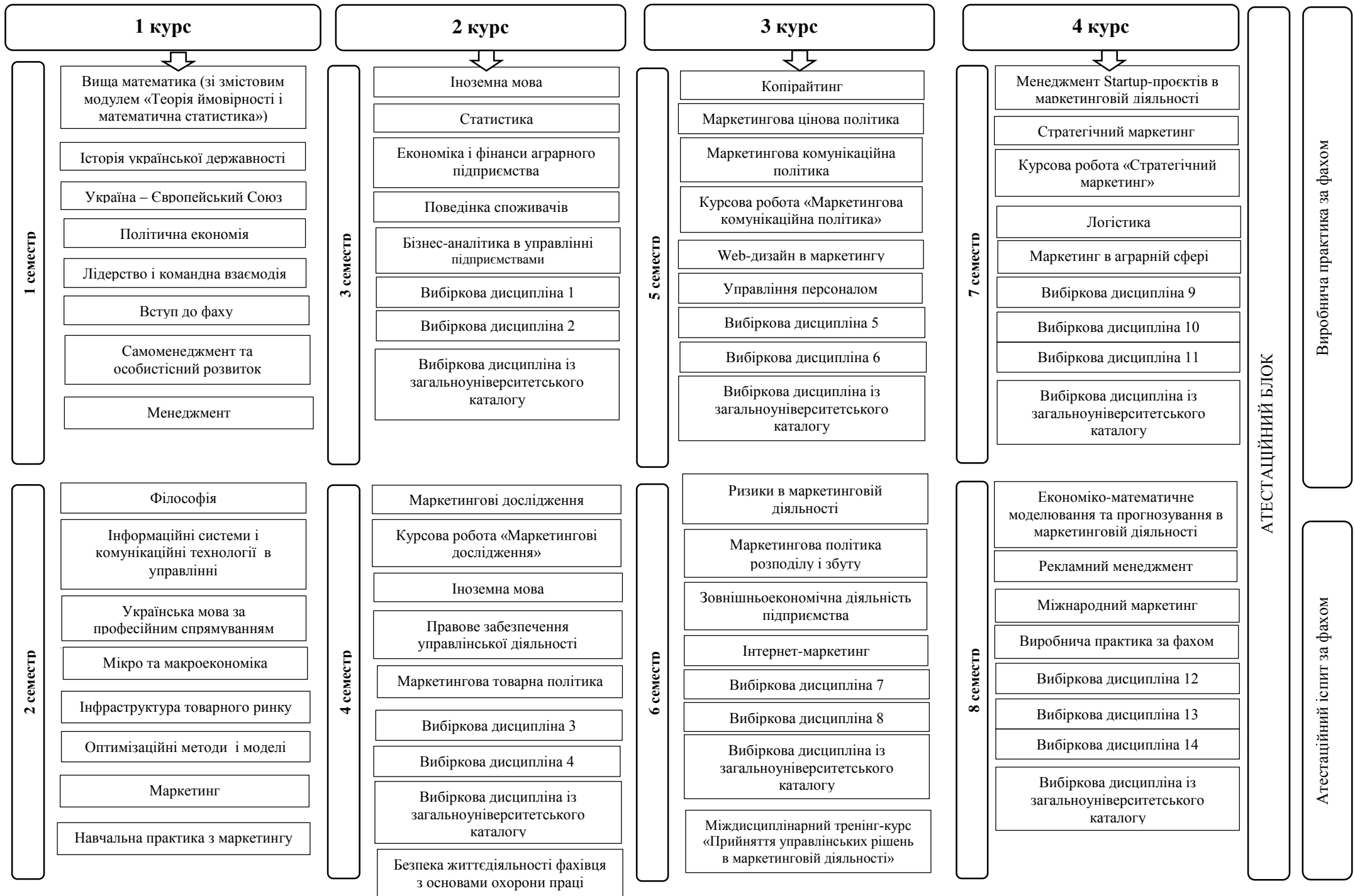
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Шифр	Назва компоненти ОПП	Кількість годин	Кількість кредитів	Форма підсумково го контролю
1. ОBOB'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП				
<i>1.1. Компоненти загальної підготовки (шифр ОЗ)</i>				
ОЗ 01	Філософія	90	3	іспит
ОЗ 02	Іноземна мова	240	8	залік іспит
ОЗ 03	Історія української державності	90	3	іспит
ОЗ 04	Україна – Європейський Союз	90	3	залік
ОЗ 05	Українська мова за професійним спрямуванням	90	3	іспит
ОЗ 06	Інформаційні системи та комунікаційні технології в управлінні	150	5	іспит
ОЗ 07	Вища математика (зі змістовим модулем «Теорія ймовірності і математична статистика»)	150	5	іспит
ОЗ 08	Статистика	120	4	іспит
ОЗ 09	Політична економія	120	4	іспит
ОЗ 10	Мікро та макроекономіка	120	4	залік
ОЗ 11	Лідерство і командна взаємодія	90	3	залік
ОЗ 12	Безпека життєдіяльності фахівця з основами охорони праці	90	3	залік
ОЗ 13	Оптимізаційні методи і моделі	90	3	залік
	Разом	1530	51	
<i>1.2. Компоненти професійної підготовки (шифр ОП)</i>				
ОП 01	Вступ до фаху	90	3	залік
ОП 02	Інфраструктура товарного ринку	135	4,5	іспит
ОП 03	Маркетинг	150	5	іспит
ОП 04	Менеджмент	120	4	іспит
ОП 05	Рекламний менеджмент	120	4	іспит
ОП 06	Самоменеджмент і особистісний розвиток	90	3	залік
ОП 07	Економіка і фінанси аграрного підприємства	120	4	іспит
ОП 08	Поведінка споживачів	150	5	іспит
ОП 09	Маркетингові дослідження	150	5	курсова робота; іспит
ОП 10	Бізнес-аналітика в управлінні підприємствами	120	4	іспит
ОП 11	Маркетингова товарна політика	120	4	іспит
ОП 12	Правове забезпечення управлінської діяльності	150	5	іспит
ОП 13	Управління персоналом	120	4	іспит
ОП 14	Копірайтинг	120	4	іспит
ОП 15	Маркетингова цінова політика	120	4	іспит
ОП 16	Маркетингова комунікаційна політика	150	5	курсова робота; іспит
ОП 17	Web-дизайн в маркетингу	90	3	залік
ОП 18	Ризики в маркетинговій діяльності	90	3	іспит
ОП 19	Маркетингова політика розподілу і збуту	120	4	іспит
ОП 20	Інтернет-маркетинг	120	4	іспит

Шифр	Назва компоненти ОПП	Кількість годин	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП				
ОП 21	Менеджмент Startup-проектів в маркетинговій діяльності	120	4	іспит
ОП 22	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	150	5	іспит
ОП 23	Стратегічний маркетинг	150	5	курсова робота; іспит
ОП 24	Маркетинг в аграрній сфері	90	3	іспит
ОП 25	Логістика	150	5	іспит
ОП 26	Міжнародний маркетинг	120	4	іспит
ОП 27	Економіко-математичне моделювання та прогнозування в маркетинговій діяльності	150	5	іспит
	Разом	3375	112,5	
	Практична підготовка:			
ОП 28	Навчальна практика з маркетингу	135	4,5	захист звіту
ОП 29	Міждисциплінарний тренінг-курс «Прийняття управлінських рішень в маркетинговій діяльності»	180	6	захист звіту
ОП 30	Виробнича практика за фахом	135	4,5	захист звіту
ОП 31	Атестаційний іспит за фахом	45	1,5	кваліф. іспит
	Загальний обсяг обов'язкових компонент:	5400	180	
2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП				
<i>2.1. Загальноуніверситетський каталог (шифр ВЗ)</i>				
ВЗ 01	Вибірковий компонент 1	90	3	залік
ВЗ 02	Вибірковий компонент 2	90	3	залік
ВЗ 03	Вибірковий компонент 3	90	3	залік
ВЗ 04	Вибірковий компонент 4	90	3	залік
ВЗ 05	Вибірковий компонент 5	90	3	залік
ВЗ 06	Вибірковий компонент 6	90	3	залік
	Всього загальноуніверситетський каталог	540	18	
<i>2.2. Професійний каталог (шифр ВП)</i>				
ВП 01	Вибірковий компонент 1	90	3	залік
ВП 02	Вибірковий компонент 2	90	3	залік
ВП 03	Вибірковий компонент 3	90	3	залік
ВП 04	Вибірковий компонент 4	90	3	залік
ВП 05	Вибірковий компонент 5	90	3	залік
ВП 06	Вибірковий компонент 6	90	3	залік
ВП 07	Вибірковий компонент 7	90	3	залік
ВП 08	Вибірковий компонент 8	90	3	залік
ВП 09	Вибірковий компонент 9	90	3	залік
ВП 10	Вибірковий компонент 10	90	3	залік
ВП 11	Вибірковий компонент 11	90	3	залік
ВП 12	Вибірковий компонент 12	90	3	залік
ВП 13	Вибірковий компонент 13	90	3	залік
ВП 14	Вибірковий компонент 14	90	3	залік
	Всього професійний каталог	1260	42	
	Разом вибірових компонент:	1800	60	
	РАЗОМ ЗА ОПП	7200	240	

2.2. Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Формою проведення атестації здобувачів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» є атестаційний іспит за фахом

4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

№	Шифр	Шифр компетентності																														
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК 15	СК 16	СК 17
ІК	Інтегральна компетентність	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ																																
1.1. Обов'язкова частина																																
ОЗ 01	Філософія	+	+	+					+			+		+	+						+						+		+		+	
ОЗ 02	Іноземна мова	+	+				+						+	+		+					+					+	+		+		+	
ОЗ 03	Історія української державності	+	+									+		+	+		+					+				+	+		+		+	
ОЗ 04	Україна – Європейський союз	+	+				+	+					+	+							+					+	+		+		+	
ОЗ 05	Українська мова (за проф. спрямуванням)	+			+			+	+		+		+	+		+				+	+				+	+		+		+		
ОЗ 06	Інформаційні системи та комунікаційні технології в управлінні				+	+	+			+	+	+		+		+	+					+	+			+			+		+	
ОЗ 07	Вища математика (зі змістовим модулем «Теорія ймовірностей і математична статистика»)				+	+	+		+	+	+	+		+		+	+					+	+			+			+		+	
ОЗ 08	Статистика				+	+	+			+	+	+	+	+		+	+	+				+	+			+		+		+		+
ОЗ 09	Політична економія	+	+	+		+				+	+					+	+			+		+	+							+		
ОЗ 10	Мікро та макроекономіка		+	+	+	+				+	+	+	+								+	+										
ОЗ 11	Лідерство і командна взаємодія		+	+		+		+				+	+		+						+	+			+			+			+	
ОЗ 12	Безпека життєдіяльності		+						+	+	+	+			+					+	+		+	+				+		+	+	

№	Шифр	Шифр компетентності																																			
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК 15	СК 16	СК 17					
ОП 13	Управління персоналом	+	+	+		+	+	+	+			+	+		+	+	+		+	+		+		+	+			+	+			+	+				
ОП 14	Копірайтинг	+	+	+	+	+		+		+	+		+	+		+	+	+	+	+					+						+						
ОП 15	Маркетингова цінова політика		+	+			+	+	+				+	+	+	+	+		+	+		+			+	+			+	+			+	+		+	
ОП 16	Маркетингова комунікаційна політика		+	+			+	+	+				+	+	+	+	+		+	+		+			+	+			+	+			+	+			
ОП 17	Web-дизайн в маркетингу		+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	+					+			+	+	+					+					
ОП 18	Ризики в маркетинговій діяльності		+	+	+	+	+			+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+			+			+			+		
ОП 19	Маркетингова політика розподілу і збуту		+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+			+			+			+		
ОП 20	Інтернет-маркетинг			+	+	+			+	+			+	+		+	+	+				+			+	+	+					+					
ОП 21	Менеджмент Startup-проектів в маркетинговій діяльності			+	+	+						+	+	+	+	+	+	+				+	+			+	+	+				+	+				
ОП 22	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	+			+	+	+					+		+	+	+	+	+				+	+				+	+	+			+	+				
ОП 23	Стратегічний маркетинг		+	+	+	+	+					+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+			+			+			+		
ОП 24	Маркетинг в аграрній сфері	+	+	+	+			+	+	+			+		+	+	+		+	+		+			+	+			+	+			+	+		+	
ОП 25	Логістика		+	+	+	+	+			+		+	+	+	+	+		+	+		+			+	+			+	+			+	+				
ОП 26	Міжнародний маркетинг	+			+	+	+					+		+	+	+	+	+				+	+				+	+	+			+	+				
ОП 27	Економіко-математичне моделювання та прогнозування в маркетинговій діяльності			+		+				+	+					+	+		+	+			+			+	+			+	+			+	+		+

№	Шифр	Шифр компетентності																													
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10	СК 11	СК 12	СК 13	СК 14	СК 15	СК 16
ОП 28	Навчальна практика з маркетингу	+	+	+	+	+		+		+		+			+	+	+	+	+					+	+	+			+	+	
ОП 29	Міждисциплінарний тренінг-курс «Прийняття управлінських рішень в маркетинговій діяльності»	+	+	+	+	+		+		+		+			+	+	+	+	+					+	+	+			+	+	+
ОП 30	Виробнича практика за фахом	+	+	+	+	+		+		+		+			+	+	+	+	+					+	+	+			+	+	+
ОП 31	Атестаційний іспит за фахом	+	+	+	+	+		+		+		+			+	+	+	+	+					+	+	+		+	+	+	+

5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

№	Шифр	Шифр програмних результатів навчання																				
		ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19	ПРН 20	ПРН 21
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ																						
1.1. Компоненти загальної підготовки																						
ОЗ 01	Філософія	+	+								+		+			+	+					
ОЗ 02	Іноземна мова	+	+										+			+		+	+			
ОЗ 03	Історія української державності	+	+										+			+	+	+	+			
ОЗ 04	Україна – Європейський союз	+	+										+			+		+	+			
ОЗ 05	Українська мова (за проф. спрямуванням)	+	+										+			+		+	+			
ОЗ 06	Інформаційні системи та комунікаційні технології в управлінні		+		+		+													+	+	+
ОЗ 07	Вища математика (зі змістовим модулем «Теорія ймовірностей і математична статистика»)		+		+		+													+	+	+
ОЗ 08	Статистика		+		+		+						+							+	+	+
ОЗ 09	Політична економія	+	+	+		+	+						+	+						+	+	
ОЗ 10	Мікро та макроекономіка	+	+	+		+							+			+	+					
ОЗ 11	Лідерство і командна взаємодія				+	+	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОЗ 12	Безпека життєдіяльності фахівця з основами охорони праці				+								+			+	+		+	+		
ОЗ 13	Оптимізаційні методи і моделі				+	+	+	+	+	+	+			+	+					+	+	+
1.2. Компоненти професійної підготовки																						
ОП 01	Вступ до фаху	+	+	+								+	+	+		+	+	+	+	+	+	

№	Шифр	Шифр програмних результатів навчання																				
		ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17	ПРН 18	ПРН 19	ПРН 20	ПРН 21
ОП 02	Інфраструктура товарного ринку		+		+	+	+			+			+				+			+		+
ОП 03	Маркетинг		+	+		+	+				+		+				+		+	+		
ОП 04	Менеджмент		+	+		+	+				+		+				+		+	+		
ОП 05	Рекламний менеджмент			+	+	+	+	+			+	+	+			+	+	+	+	+		
ОП 06	Самоменеджмент та особистісний розвиток				+	+	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ОП 07	Економіка і фінанси аграрного підприємства		+	+	+	+				+	+	+			+		+			+		+
ОП 08	Поведінка споживачів		+		+	+	+			+			+				+			+		+
ОП 09	Маркетингові дослідження		+	+	+	+				+	+	+			+		+			+		+
ОП 10	Бізнес-аналітика в управлінні підприємствами		+		+	+	+			+			+				+			+		+
ОП 11	Маркетингова товарна політика		+		+	+	+			+			+				+			+		+
ОП 12	Правове забезпечення управлінської діяльності	+	+	+	+				+	+	+	+				+			+	+		
ОП 13	Управління персоналом		+		+	+	+			+			+				+			+		+
ОП 14	Копірайтинг			+	+	+	+	+			+	+	+			+	+	+	+	+		
ОП 15	Маркетингова цінова політика		+		+	+	+			+			+				+			+		+
ОП 16	Маркетингова комунікаційна політика		+		+	+	+			+		+	+				+			+		+
ОП 17	Web-дизайн в маркетингу			+	+	+	+	+			+	+	+			+	+	+	+	+		
ОП 18	Ризики в маркетинговій діяльності		+		+	+	+			+		+	+				+			+		+
ОП 19	Маркетингова політика розподілу і збуту		+		+	+	+			+		+	+				+			+		+
ОП 20	Інтернет-маркетинг			+	+	+	+	+			+	+	+			+	+	+	+	+		

6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ (ПРН) КОМПЕТЕНТНОСТЯМ

Програмні результати навчання (ПРН)	ІК	Загальні компетентності (ЗК)															Спеціальні (фахові) компетентності (СК)																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
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.	+			+	+					+	+													+	+		+		+			+		

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів:

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

2. Закон України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 р.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

3. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» № 867-VIII від 08.12.2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19/ed20160116>

4. Класифікатор професій: ДК 003:2010. – На заміну ДК 003:2005 ; Чинний від 2010-11-01. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>

5. Класифікація видів економічної діяльності : ДК 009:2010. – На заміну ДК 009:2005; Чинний від 2012-01-01. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>

6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України № 1187 від 30.12.2015 р.» №347 від 10.05.2018 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347-2018-%D0%BF>

7. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад.: В.М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А.В. Ставицький, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. 100 с.

8. Постанова КМУ №1187 від 30.12.2015 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF>

9. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. Київ: Ленвіт, 2006. 35 с.

10. Стандарт Вищої освіти першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 1343 від 05.12.2018. Київ: Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>