

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

кваліфікація «Бакалавр маркетингу»



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

/О.В. Нанка/

(протокол № 8 від 25 » жовтня 2021 р.)

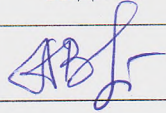
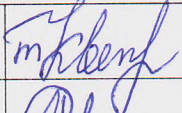
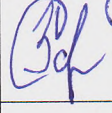
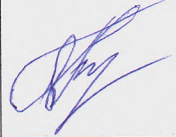
Освітньо-професійна програма вводиться в дію з « 01 » вересня 2021 р.

Харків – 2021 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Кваліфікація	Бакалавр маркетингу

Розробники програми:

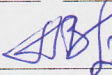
Прізвище, ім'я, по-батькові	Науковий ступінь, вчене звання, посада	Підпис
Мандич О.В., керівник проєктної групи	д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій	
<i>члени проєктної групи</i>		
Квятко Т.М.	к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій	
Заїка С.О.	к.е.н., доцент, проректор з НІР, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту (внутрішнє сумісництво)	
Грідін О.В.	к.е.н., доцент, в.о. директора Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту (внутрішнє сумісництво)	

РОЗРОБЛЕНО І ВНЕСЕНО:

Кафедрою маркетингу та медіакомунікацій

протокол № 20 від «16» 02 2021 р.

Завідувач кафедри

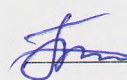
 / Мандич О.В.

РЕКОМЕНДОВАНО:

Науково-методичною радою Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № 6 від «22» 02 2021 р.

Голова науково-методичної ради

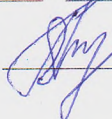
 / Бодровська О.В.

ПОГОДЖЕНО:

Вченою радою Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту

протокол № 7 від «22» 02 2021 р.

Голова вченої ради

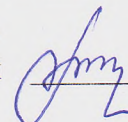
 / Грідін О.В.

СХВАЛЕНО:

Науково-методичною радою Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

протокол № 6 від «24» 02 2021 р.

Голова науково-методичної ради

 / Марченко М.В.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено проектною групою на базі кафедри маркетингу та медіакомунікацій Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка у складі:

- Манди́ч Олександра Валері́ївна, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій (керівник проектної групи);

- Квятко Тетяна Миколаївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та медіакомунікацій;

- Заїка Світлана Олександрівна, к.е.н., доцент, проректор з НПР, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту (внутрішнє сумісництво);

- Грідін Олександр Володимирович, к.е.н., доцент, в.о. директора Навчально-наукового інституту бізнесу і менеджменту, доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту (внутрішнє сумісництво).

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» схвалена науково-методичною радою (протокол № 6 від 24 лютого 2021 року) та затверджена Вченою радою ХНТУСГ (протокол № 8 від 25 лютого 2021 року).

Освітньо-професійна програма вводиться в дію – 01.09.2021 р.

1. Профіль освітньо-професійної програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка Навчально-науковий інститут бізнесу і менеджменту Кафедра маркетингу та медіакомунікацій
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Перший (бакалаврський) Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС – на базі повної загальної середньої освіти – на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)
Наявність акредитації	–
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначені «Правилами прийому до Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка» (затверджено Вченою радою ХНТУСГ)
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	30 червня 2025 року
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://khntusg.com.ua/department/kafedra-marketingu-ta-mediakomunikacij/osvitnja-programa-marketing/opp-marketing-bakalavr/osvitno-profesijni-programi/

2 – Мета освітньої програми	
<p>Підготовка висококваліфікованих фахівців з організації та управління маркетинговою діяльністю з доступом працевлаштування до підприємств, організацій, установ, зокрема, й аграрної сфери, для забезпечення їх конкурентоспроможного розвитку в сучасних умовах функціонування в ринковому середовищі, здатних самостійно формувати та вирішувати складні практичні завдання, використовуючи комплекс базових теорій, інноваційних моделей та новітніх технологій прийняття управлінських рішень в сфері маркетингу.</p>	
3. – Цілі освітньої програми	
<p>1. Підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням, мають комплекс організаційних, аналітичних, комунікаційних, проектних, управлінських та професійних компетентностей, проявляють ділову активність, критичне мислення та здатність самостійного прийняття виважених рішень.</p> <p>2. Формування у майбутніх фахівців навичок ініціативності й креативності, потреб до постійного саморозвитку та самовдосконалення, вмінь самостійного поглиблення спеціалізації та проведення наукових досліджень в професійній сфері, здатності швидкої адаптації в сучасних динамічних умовах до викликів, які характеризуються невизначеністю, а також формування високого рівня соціальної та етичної відповідальності.</p> <p>3. Забезпечення вітчизняних суб'єктів бізнесу висококваліфікованими фахівцями в сфері маркетингу, здатними генерувати, імплементувати та реалізовувати новітні управлінські моделі в професійній площині з метою виведення на новий рівень ринкової активності.</p> <p>4. Формування найбільш повного поєднання в моделі «освіта – наука – виробництво» з метою отримання фахівців, які впроваджуватимуть на практиці в професійній діяльності новітні здобутки та кращі результати, отримані в процесі теоретичного навчання та науково-дослідницької роботи.</p>	
4 – Характеристика освітньої програми	
<p>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</p>	<p>Об'єкти вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії в різних сферах, зокрема, й в аграрній сфері, суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями в організаційній, аналітичній, комунікаційній, проектній та управлінській сферах із застосуванням новітніх технологій та інноваційних підходів, необхідних для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; маркетингові комунікації; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків, ринкові технології та моделі бізнес аналітики; зміст організації маркетингової діяльності та маркетингової політики, розроблення маркетингових стратегій та проектів, формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методика та технології загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементції маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»</p>

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку фахівців, здатних в практичній діяльності використовувати набуті компетентності в сфері маркетингу, спроможних критично мислити, проявляти креативність та підприємницьку ініціативність, використовувати комунікації в якості базису результативності маркетингових відносин в бізнес середовищі, а також формувати сучасний інструментарій маркетингової діяльності для різних суб'єктів бізнесу, зокрема, в аграрній сфері.
Особливості програми	<p>Унікальністю даної програми є значна приділена увага вивченню аграрного маркетингу та ринкам с.-г. продукції, що викликає непересічний інтерес у роботодавців – суб'єктів агробізнесу, які на сьогоднішній день є локомотивом економіки країни, а мізерна кількість існуючих маркетологів в аграрних підприємствах спричиняє значний інтерес та зацікавленість у маркетологах в даній сфері. Крім того дисципліна «Маркетинг в галузях» надає компетентності у сфері туризму та, зокрема, зеленого (сільського чи еко) туризму, який наразі виходить на новий рівень розвитку і активно запроваджується у вітчизняному бізнес середовищі. Програма передбачає проходження виробничих практик на базі підприємств аграрної сфери.</p> <p>Також унікальністю є використання міждисциплінарної й багатопрофільної системи теоретичної та практичної підготовки у відповідності до обраної траєкторії вільного вибору напрямів навчання здобувача вищої освіти. При формуванні даної системи обрано дисципліни, які є найбільш необхідними в сучасних умовах функціонування суб'єктів бізнесу та користуються у стейкхолдерів найбільшим попитом. Зокрема, це системи дисциплін правового спрямування; поглибленого економіко-математичного, стратегічного й проектного аналізу; інноваційних технологій та моделей в сфері організації, аналітики, планування, прогнозування та управління маркетинговою діяльністю; з обліку, фінансів та інвестування; з управління та адміністрування; з комунікацій та медіатехнологій; дисциплін спеціалізованого маркетингу, які формують новітні та найбільш затребувані компетентності для бізнесу – соціально-етичний маркетинг, екомаркетинг, трейд-маркетинг, бренд-менеджмент та рекламний бізнес, новітні інформаційні технології, діджиталізація та інтернет-маркетинг, маркетинг відносин, маркетингові стратегії тощо.</p> <p>Отримані в результаті навчання за даною унікальною освітньо-професійною програмою компетентності з управління маркетинговою діяльністю, бізнес аналітики й проектного управління, правового забезпечення, стратегічного управління, комунікацій, інноваційності ідей й управлінських рішень, розуміння сучасного вітчизняного й міжнародного бізнес середовища дозволяють розширювати професійні компетентності та відповідають вимогам роботодавців.</p>
5 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Сфери діяльності маркетологів: управління проектами, формування товарної та цінової політик підприємства, постачання та збут, поведінка споживачів, міжнародні зв'язки, аналіз діяльності (товарних ринків тощо), моделювання бізнес-процесів, рекламне проектування, PR, брендинг. Можливості працевлаштування в організаціях різних сфер діяльності: виробничі компанії, дилерські мережі, банки,

	страхові, лізингові, консалтингові організації, рекламні агенції, торгівля та сфера послуг, маркетингові дослідження та аналітика, продажі, логістика, консалтинг, реклама, іміджмейкінг, копірайтинг, сфера забезпечення комунікацій, ЗМІ, маркетингові стратегії та технології, інтернет-маркетинг та створення власного бізнесу. Працевлаштування в організаціях на наступних посадах фахівців (маркетологів, менеджерів, агентів, спеціалістів): з маркетингу, з питань комерційної діяльності, із зовнішньоекономічної діяльності та міжнародного маркетингу, з маркетингових досліджень, з продажів, з консалтингу, з комунікацій, зв'язків з громадськістю, з діджитал- та інтернет-маркетингу, з бізнес аналітики, з трендингу та мерчандайзингу, з брендингу та бренд – менеджменту, з іміджу та реклами, з інтерв'ювання та промоушн та ін.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами для отримання освітнього ступеня «Магістр» (7 рівня НРК, другого циклу FQ-EHEA та 7 рівня EQF-LLL) із спеціальності 075 «Маркетинг» або інших спеціальностей.
6 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання; проведення лекційних, практичних та семінарських занять, консультацій; організація тренінгів, круглих столів, наукових конференцій та семінарів; залучення студентів до участі в проєктних роботах, конкурсах, олімпіадах та науково-дослідних заходах. Застосовуються інноваційні технології електронного навчання. Проблемні, інтерактивні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні технології навчання.
Оцінювання	В процесі навчання здійснюється поточний, змістовий, підсумковий контроль за допомогою усного та письмового опитування, тестового контролю знань, презентації наукової роботи, захисту письмових робіт, заліку, екзамену. Державна атестація – захист кваліфікаційної роботи. Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за: 4-бальною національною шкалою – відмінно, добре, задовільно, незадовільно; 2-рівневою національною шкалою – зараховано/незараховано; 100-бальною шкалою ЄКТС (ECTS) - A, B, C, D, E, F, FX.
7 – 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, 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

	<p>професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій ринкових технологій та бізнес аналітики, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього і внутрішнього середовища.</p> <p>СК16. Здатність адаптуватися і застосовувати комунікації у межах соціально-орієнтованих та професійних взаємовідносин.</p> <p>СК17. Здатність формувати інструментарій провадження товарної, цінової, збутової політик в площині агромаркетингу.</p>

8 – Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання	
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 забезпечення ефективності маркетингової діяльності на засадах використання результатів бізнес аналітики та новітніх ринкових технологій.
ПРН 20	Застосовувати набуті теоретичні знання та практичні навички, використовувати інноваційні підходи та новітні технології у сфері комунікацій для забезпечення швидкої адаптації відповідно до змін бізнес-середовища.
ПРН 21	Використовувати набуті теоретичні та практичні знання в сфері агромаркетингу для забезпечення конкурентоспроможного розвитку суб'єктів агробізнесу.

9 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Розробники програми: 1 доктор наук, професор, 3 кандидати наук, доценти. Всі розробники є штатними співробітниками Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка.</p> <p>Гарант освітньо-професійної програми: д.е.н., професор Мандич О.В. – завідувач кафедри маркетингу та медіакомунікацій. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти - практики. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – навчальні корпуси; – комп'ютерні класи; – кабінет курсового та дипломного проектування; – мультимедійне обладнання; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – гуртожитки; – пункти харчування; – спортивний зал, спортивні майданчики та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> – офіційний сайт ХНТУСГ: http://khntusg.com.ua; – офіційна сторінка на сайті університету ННІ БМ: http://khntusg.com.ua/institute/navchalno-naukovij-institut-biznesu-i-menedzhmentu-nni-bm ; – офіційна сторінка на сайті університету кафедри маркетингу та медіакомунікацій: http://khntusg.com.ua/department/kafedra-marketingu-ta-mediakomunikacij/; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека ХНТУСГ, читальні зали; – віртуальне навчальне середовище Moodle; – графіки навчального процесу; – навчальні плани; – силабуси з дисциплін; – робочі програми з дисциплін; – дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; – програми практик; – методичні вказівки щодо виконання курсових робіт, кваліфікаційних робіт; – критерії оцінювання рівня підготовки
10 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На загальних підставах в межах України при заключенні двосторонніх договорів між ХНТУСГ та ЗВО

Міжнародна кредитна мобільність	Білоруський державний аграрний технічний університет	Білорусь	до 2021 року
	Європейський приватний університет в Софії	Болгарія	до 2023 року
	Європейський університет в Тбілісі	Грузія	до 2023 року
	Інститут відкритого суспільства	Угорщина	до 2021 року
	Аграрний університет імені Святого Іштвана	Угорщина	до 2020 року
	Аграрний університет в Варшаві	Польща	до 2021 року
	Аграрний університет в Нисі	Польща	до 2023 року
	Університет в Домброва Гурнича	Польща	до 2023 року
	Аграрний університет в Любліні	Польща	до 2022 року
	Люблінська Політехніка	Польща	до 2023 року
	Технічний університет в Катовіце	Польща	до 2023 року
	Аграрний університет у Кракові	Польща	до 2021 року
	Аграрний університет у Празі	Чехія	до 2021 року
	Аграрний університет штату Огайо	США	до 2021 року
	Шенсійський професійно-технічний інститут	КНР	до 2021 року
	Донггуанський професійно-технічний інститут	КНР	до 2023 року
	Молдовський державний аграрний університет	Молдова	до 2023 року
Литовський аграрний університет	Литва	до 2021 року	
Аграрний університет у Саскачевані	Канада	до 2021 року	
Аграрний університет Вайнштефан	Німеччина	до 2023 року	
Університет у Клеве	Німеччина	до 2022 року	
Університет у Аалені	Німеччина	до 2021 року	
Агротехнічний університет у Астані	Казахстан	до 2023 року	
Таджикський аграрний університет	Таджикістан	до 2021 року	
Туркменський сільськогосподарський університет	Туркменістан	до 2023 року	
Стамбульський університет Айвансарай	Туреччина	до 2023 року	
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно чинного законодавства про підготовку іноземних громадян		

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

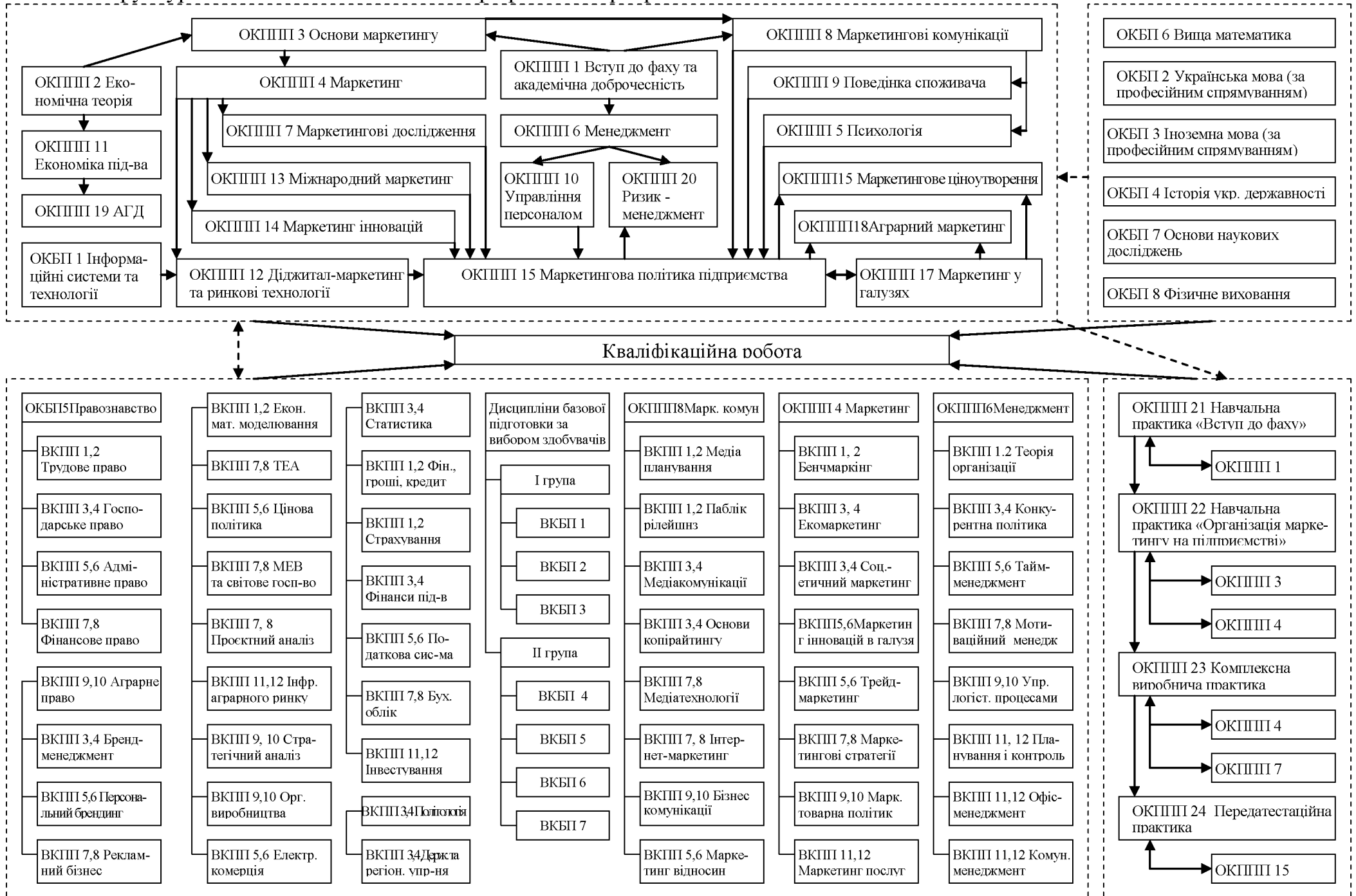
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
ОКБП 1	Інформаційні системи та технології	6,0	Залік Екзамен
ОКБП 2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4,0	Екзамен
ОКБП 3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	8,0	Залік
ОКБП 4	Історія української державності	4,0	Екзамен
ОКБП 5	Правознавство	4,0	Екзамен
ОКБП 6	Вища математика	4,0	Залік
ОКБП 7	Основи наукових досліджень	3,0	Залік
ОКБП 8	Фізичне виховання	3,0	Залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ОКППП 1	Вступ до фаху та академічна доброчесність	3,0	Залік
ОКППП 2	Економічна теорія	7,0	Екзамен
ОКППП 3	Основи маркетингу	8,0	Екзамен
ОКППП 4	Маркетинг	10,0	Екзамен Курсова
ОКППП 5	Психологія маркетингу	4,0	Екзамен
ОКППП 6	Менеджмент	4,0	Екзамен
ОКППП 7	Маркетингові дослідження	4,0	Екзамен
ОКППП 8	Маркетингові комунікації	4,0	Екзамен
ОКППП 9	Поведінка споживача	4,0	Екзамен
ОКППП 10	Управління персоналом	4,0	Екзамен
ОКППП 11	Економіка підприємства	5,0	Екзамен Курсова
ОКППП 12	Діджитал-маркетинг та ринкові технології	6,0	Екзамен
ОКППП 13	Міжнародний маркетинг	5,0	Екзамен
ОКППП 14	Маркетинг інновацій	5,0	Екзамен
ОКППП 15	Маркетингова політика підприємства	4,0	Екзамен
ОКППП 16	Маркетингове ціноутворення	4,0	Екзамен
ОКППП 17	Маркетинг у галузях	7,0	Екзамен Курсова
ОКППП 18	Аграрний маркетинг	3,0	Екзамен
ОКППП 19	Аналіз господарської діяльності	7,0	Екзамен Курсова
ОКППП 20	Ризик-менеджмент	3,0	Залік
Практика			
ОКППП 21	Навчальна практика "Вступ до фаху"	6,0	Залік
ОКППП 22	Навчальна (ознайомлювальна) практика "Організація маркетингу на підприємстві"	6,0	Залік
ОКППП 23	Виробнича практика "Комплексна виробнича практика"	6,0	Залік
ОКППП 24	Передатестаційна практика	3,0	Залік
Обсяг обов'язкових компонент			158,0

1	2	3	4
Компоненти освітньо-професійної програми за вибором здобувачів ВО*			
<i>Цикл загальної підготовки</i>			
<i>I Група</i>			
ВКБП 1	Вибіркова дисципліна	3,0	Залік
ВКБП 2	Вибіркова дисципліна	3,0	Залік
ВКБП 3	Вибіркова дисципліна	3,0	Залік
<i>II Група</i>			
ВКБП 4	Вибіркова дисципліна	3,0	Залік
ВКБП 5	Вибіркова дисципліна	3,0	Залік
ВКБП 6	Вибіркова дисципліна	3,0	Залік
ВКБП 7	Вибіркова дисципліна	3,0	Залік
<i>Цикл професійної підготовки</i>			
ВКПП 1 ВКПП 2	Трудове право Економіко-математичне моделювання Страховання Мікроекономіка Теорія організації Медіапланування Основи копірайтингу Паблік рілейшнз Фінанси, гроші та кредит Бенчмаркінг	4,0 4,0	Залік Залік
ВКПП 3 ВКПП 4	Господарське право Конкурентна політика Екомаркетинг Статистика Медіакомунікації Державне та регіональне управління Політологія Фінанси підприємства Бренд-менеджмент Соціально-етичний маркетинг	4,0 4,0	Залік Залік
ВКПП 5 ВКПП 6	Адміністративне право Податкова система Електронна комерція та публічні закупівлі Трейд-маркетинг Маркетинг інновацій в галузях Цінова політика Тайм-менеджмент Персональний брендинг Маркетинг відносин	4,0 4,0	Залік Залік
ВКПП 7 ВКПП 8	Фінансове право Рекламний бізнес Бухгалтерський облік Теорія економічного аналізу Інтернет-маркетинг Проектний аналіз Міжнародні економічні відносини та світове господарство Мотиваційний менеджмент Медіатехнології Маркетингові стратегії	4,0 4,0	Залік Залік

1	2	3	4
ВКПП 9 ВКПП 10	Аграрне право	4,0 4,0	Залік Залік
	Управління логістичними процесами підприємств Бізнес комунікації Стратегічний аналіз Організація виробництва Маркетингова товарна політика		
ВКПП 11 ВКПП 12	Офіс-менеджмент	3,0 3,0	Залік Залік
	Інфраструктура аграрного ринку Маркетинг послуг Планування і контроль на підприємстві Комунікативний менеджмент Інвестування		
Загальний обсяг компонент за вибором студента		67,0 (27,9%)	
Виконання та захист кваліфікаційної роботи		15,0	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		173 (72,1%)	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240,0	

*З метою здійснення студентом права вибору відповідно до статті 62 Закону України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014 року, пункт; задоволення освітніх і кваліфікаційних потреб студентів, ефективного використання можливостей і традицій Університету, потреб замовника, регіональних потреб тощо вибіркові навчальні дисципліни та згідно внутрішнього Положення про формування варіативної складової навчальних планів освітніх програм, всі дисципліни, що належать до вибіркової складової навчального плану ОП на другому рівні вищої освіти за вибором здобувача, розподіляються за групами.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження їм ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: «бакалавр маркетингу».

Кваліфікаційна робота виконується на основі поглибленого вивчення спеціалізованої наукової літератури, розуміння новітнього досвіду й використання сучасних технологій в сфері обраної проблематики, за результатами проведених власних досліджень з метою вирішення поставлених теоретичних та прикладних завдань у сфері професійної діяльності.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота є результатом самостійної науково-дослідної діяльності. Кваліфікаційна робота розміщується в репозитарії ХНТУСГ.

Захист кваліфікаційної роботи здійснюється відкрито і публічно.

4. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (MCKO) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (MCKO) 2013. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) обов'язковими компонентами освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики)	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
ОКБП 1	Інформаційні системи та технології				+			+														
ОКБП 2	Українська мова (за професійним спрямуванням)												+					+				
ОКБП 3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)												+					+				
ОКБП 4	Історія української державності															+			+			
ОКБП 5	Правознавство															+						
ОКБП 6	Вища математика												+		+							
ОКБП 7	Основи наукових досліджень												+	+								
ОКБП 8	Фізичне виховання												+	+								
ОКПП1	Вступ до фаху та академічна доброчесність	+											+			+			+			
ОКПП2	Економічна теорія		+		+							+	+									
ОКПП3	Основи маркетингу	+	+								+											
ОКПП4	Маркетинг	+	+	+	+				+													
ОКПП5	Психологія маркетингу	+																				+
ОКПП6	Менеджмент				+					+	+				+	+		+				
ОКПП7	Маркетингові дослідження		+					+														
ОКПП8	Маркетингові комунікації		+	+	+				+												+	
ОКПП9	Поведінка споживача		+	+	+	+																
ОКПП10	Управління персоналом				+								+		+							
ОКПП11	Економіка підприємства				+	+	+	+							+							
ОКПП12	Діджитал-маркетинг та ринкові технології							+												+		
ОКПП13	Міжнародний маркетинг		+																			+
ОКПП14	Маркетинг інновацій								+													+
ОКПП15	Маркетингова політика підприємства		+							+												
ОКПП16	Маркетингове ціноутворення						+			+				+								
ОКПП17	Маркетинг у галузях	+									+											+
ОКПП18	Аграрний маркетинг																					+
ОКПП19	Аналіз господарської діяльності		+		+			+														
ОКПП20	Ризик-менеджмент		+	+	+					+		+	+	+								
ОКПП21	Навчальна практика "Вступ до фаху"	+					+						+	+			+	+				
ОКПП22	Навчальна практика (ознайомлювальна) "Організація маркетингу на підприємстві"	+					+						+	+			+	+				
ОКПП23	Виробнича практика «Комплексна виробнича практика»	+											+	+			+					
ОКПП24	Передатестаційна практика	+											+	+			+					