

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

---

Назва вищого навчального закладу

**ПРОЕКТ**  
**ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ**  
**«Маркетинг»**

**Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**за спеціальністю 075 "Маркетинг"**  
**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»**

**Кваліфікація: Бакалавр з маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ**  
**РАДОЮ**

**Голова вченої ради**

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

**(протокол №\_\_ від «\_\_» травня 20\_\_ р.)**

**Освітня програма вводиться в дію з вересня 20\_\_ р.**

**Ректор \_\_\_\_\_ / Снітинський В.В./**

**(наказ №\_\_ від «\_\_» травня 20\_\_ р.)**

Дубляни 20\_\_ р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	07 Управління та адміністрування
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	075 Маркетинг
<b>СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ</b>	
<b>РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	Перший
<b>СТУПІНЬ</b>	Бакалавр
<b>ПРОФЕСІЙНА КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	Бакалавр з маркетингу

**ГРУПА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ:**

к.е.н., доц. Хірівський Р. П.  
к.е.н., в.о. проф. Янишин Я. С.  
к.е.н., доц. Брух О.О.

## **I ПРЕАМБУЛА**

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» заснована на компетентністному підході підготовки бакалавра у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена групою забезпечення кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНАУ у складі:

1. Хірівський Роман Петрович – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНАУ.

2. Янишин Ярослав Степанович – к.е.н., в.о. професора кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНАУ.

3. Брух Оксана Олексіївна – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНАУ.

## II ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Без обмежень
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр з маркетингу
<b>Професійна кваліфікація</b>	Не надається
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма - Маркетинг
<b>Опис предметної області</b>	<p>- <b>Об'єкти вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>- <b>Цілі навчання:</b> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>- <b>Теоретичний зміст предметної області:</b> суть маркетингу як сучасної як 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.</p> <p>- <b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>- <b>Інструментарій та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Академічні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

## III Обсяг кредитів ЄКЕС, необхідних для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Обсяг освітньої програми підготовки бакалаврів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» складає:

на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;

на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – заклад вищої освіти має право визнати та перерахувати кредити ЄКТС,

отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) обсягом не більше ніж 120 кредитів ЄКТС.

Термін навчання:

– денна форма:

на базі повної загальної освіти – 3 роки 10 місяців;

на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – 1 рік 10 місяців.

– заочна форма:

на базі повної загальної освіти – 4 роки 10 місяців;

на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») – 2 роки 10 місяців.

#### IV Перелік компетентностей випускника

<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати складні професійні проблеми та практичні завдання у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність до усної та письмової комунікації, професійно-ділового спілкування іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати самостійно та в команді, здатність до саморозвитку та самовдосконалення.</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</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, здатність до творчого пошуку напрямів удосконалення маркетингової діяльності.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність впроваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, технічні прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності; обґрунтування і впровадження результатів досліджень.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.</p> <p>СК16. Здатність до застосування в професійній діяльності знань законодавства та державних стандартів України.</p>
---	---

## **V Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання**

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів планування, організації та аналізу маркетингової діяльності.
- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- P4. Збирати та аналізувати маркетингову інформацію, проводити сегментування ринку та позиціонування товару, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Застосовувати вміння оформляти звіт за результатами маркетингового дослідження, розробляти рекламні звернення до споживачів, розробляти комплекс стимулювання збуту, аналізувати та розраховувати основні фінансові показники маркетингового плану.
- P14. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P15. Демонструвати вміння відстоювати результати своїх наукових досліджень та презентувати їх.
- P16. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P17. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
- P18. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P19. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної

термінології.

P20. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

## VI Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація за спеціальністю 075 «Маркетинг» здійснюється екзаменаційною комісією відповідно до вимог стандарту вищої освіти після виконання студентом навчального плану у формі комплексного кваліфікаційного екзамену бакалавра за спеціальністю 075»Маркетинг». До атестації допускаються студенти, які виконали всі вимоги освітньої програми та навчального плану. Результати атестації визначаються оцінками за національною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно».
--	---

## VII Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Визначаються відповідно до Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG) та статті 16 Закону України «Про вищу освіту».

Принципи та процедури забезпечення якості освіти	<p><u>Принципи забезпечення якості освіти:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• відповідальність за якість вищої освіти, що надається;</li><li>• забезпечення якості відповідає різноманітності систем вищої освіти, закладів вищої освіти, програм і студентів;</li><li>• забезпечення якості сприяє розвитку культури якості;</li><li>• забезпечення якості враховує потреби та очікування студентів, роботодавців, стейкхолдерів та суспільства.</li></ul> <p><u>Процедурами забезпечення якості освіти є:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• опрацювання стратегії і політики в сфері якості вищої освіти;</li><li>• розробка механізму формування, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;</li><li>• розробка системи оцінювання знань здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників та постійному оприлюдненні результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Львівського національного аграрного університету</li></ul>
--	---



	<p>(<a href="http://lnau.edu.ua">http://lnau.edu.ua</a>), інформаційних стендах тощо, згідно з розробленими та затвердженими правилами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• організація підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;</li> <li>• формування необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за освітньою програмою;</li> <li>• створення та функціонування інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;</li> <li>• оприлюднення об'єктивної неупередженої інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;</li> <li>• інших процедур і заходів.</li> </ul>
<p>Моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм</p>	<p>Моніторинг і періодичний перегляд програм здійснюється з метою забезпечення їх відповідності потребам студентів і суспільства. Моніторинг спрямований на безперервне вдосконалення програм. Про будь-які дії, заплановані або вжиті як результат перегляду, слід інформувати всі зацікавлені сторони. Регулярний моніторинг, перегляд і оновлення освітніх програм мають на меті гарантувати відповідний рівень надання освітніх послуг, а також створює сприятливе й ефективне навчальне середовище для здобувачів вищої освіти. Це передбачає оцінювання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• змісту програми в контексті останніх досліджень у сфері маркетингу, гарантуючи відповідність програми сучасним вимогам;</li> <li>• потреб суспільства, що змінюються;</li> <li>• навчального навантаження здобувачів вищої освіти, їх досягнень і результатів завершення освітньої програми;</li> <li>• ефективності процедур оцінювання студентів;</li> <li>• очікувань, потреб і задоволеності здобувачів вищої освіти змістом та процесом навчання;</li> <li>• навчального середовища відповідності меті і змісту програми;</li> <li>• якості сервісних послуг для здобувачів вищої освіти.</li> </ul> <p>Програми регулярно переглядають і оновлюють, залучаючи до цього процесу здобувачів вищої освіти, роботодавців та стейкхолдерів.</p>
<p>Щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти</p>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти базується на принципах студентоцентрованого навчання та</p>

	<p>передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• оцінювачі (експерти) ознайомлені з існуючими методами проведення тестування та екзаменування і отримують підтримку для розвитку власних навичок у цій сфері;</li> <li>• критерії та методи оцінювання, а також розподіл балів, критерії та шкала оцінювання оприлюднюються заздалегідь;</li> <li>• оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати ступінь досягнення ними запланованих результатів навчання;</li> <li>• оцінювання проводиться предметною комісією у складі більше ніж дві особи;</li> <li>• процедури оцінювання здобувачів вищої освіти повинні враховувати пом'якшувальні обставини;</li> <li>• оцінювання здобувачів вищої освіти є послідовним, прозорим та проводиться відповідно до встановлених процедур;</li> <li>• наявність офіційної процедури розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти</li> </ul>
<p>Підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників</p>	<p>Система підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників розробляється у відповідності до діючої нормативної бази та будується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації;</li> <li>• прозорості процедур організації стажування та підвищення кваліфікації;</li> <li>• моніторингу відповідності змісту програм підвищення кваліфікації задачам професійного діяльності;</li> <li>• обов'язковості впровадження результатів підвищення кваліфікації в наукову та педагогічну діяльність;</li> <li>• оприлюднення результатів стажування та підвищення кваліфікації</li> </ul>
<p>Наявність необхідних ресурсів для організації освітнього процесу</p>	<p>Вищі навчальні заклади забезпечують освітній процес необхідними та доступними для здобувачів вищої освіти ресурсами (кадровими, методичними, матеріальними, інформаційними та ін.) та здійснюють відповідну підтримку студентів. При плануванні, розподілі та наданні навчальних ресурсів і забезпеченні підтримки здобувачів вищої освіти враховуються потреби різноманітного студентського контингенту (такого як студенти: з досвідом, заочної форми навчання, працюючі, іноземні, з особливими потребами) та принципи студентоцентрованого навчання. Внутрішнє</p>

	забезпечення якості освіти гарантує, що всі необхідні ресурси відповідають цілям навчання, є загальнодоступними, а студенти поінформовані про їх наявність.
Наявність інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом	З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику у сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організація навчального процесу; доступ до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторинг дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційний менеджмент; управління кадрами та ін.
Публічність інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації	Достовірна, об'єктивна, актуальна, своєчасна та легкодоступна інформація про діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг», ОП «Маркетинг» публікується на сайті Львівського національного аграрного університету, включаючи програми для потенційних здобувачів вищої освіти, студентів, випускників, роботодавців, стейкхолдерів і громадськості. Надається інформація про освітню діяльність за спеціальністю 075 «Маркетинг», включаючи програми, критерії відбору на навчання; заплановані результати навчання за цими програмами; кваліфікації; процедури навчання, викладання та оцінювання, що використовуються; прохідні бали та навчальні можливості, доступні для студентів тощо.
Запобігання та виявлення академічного плагіату	Система забезпечення дотримання академічної доброчесності учасниками освітнього процесу, сформована в Львівському національному аграрному університеті, базується на таких принципах: дотримання загальноприйнятих принципів моралі; демонстрація поваги до Конституції і законів України і дотримання їхніх норм; повага до всіх учасників освітнього процесу незалежно від їхнього світогляду, соціального стану, релігійної та національної приналежності; дотримання норм законодавства про авторське право; посилення на джерела інформації у разі запозичень ідей, тверджень, відомостей;

	самостійне виконання індивідуальних завдань. У випадку порушення принципів академічної доброчесності відповідні особи притягуються до відповідальності відповідно до законодавства та діючих у Львівському національному аграрному університеті положень та норм.
--	---

### VIII Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

Класифікація компетентностей за НРК	<b>Знання</b> <b>Зн1</b> Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень <b>Зн2</b> Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	<b>Уміння</b> <b>Ум1</b> Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	<b>Комунікація</b> <b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	<b>Автономія та відповідальність</b> <b>АВ1</b> Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах <b>АВ2</b> Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб <b>АВ3</b> Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<b>Загальні компетентності - 14</b>				
<b>ЗК1</b>				АВ2
<b>ЗК2</b>				АВ2
<b>ЗК3</b>		УМ1	К1	
<b>ЗК4</b>	ЗН1	УМ1		
<b>ЗК5</b>			К2	АВ1
<b>ЗК6</b>	ЗН2			
<b>ЗК7</b>	ЗН1	УМ1		АВ1
<b>ЗК8</b>		УМ1		
<b>ЗК9</b>		УМ1		
<b>ЗК10</b>			К1	
<b>ЗК11</b>			К2	АВ1
<b>ЗК12</b>			К2	
<b>ЗК13</b>	ЗН2	УМ1		
<b>ЗК14</b>		УМ1	К2	АВ2
<b>Спеціальні (фахові) компетентності - 16</b>				
<b>СК1</b>	ЗН1		К1	
<b>СК2</b>	ЗН2	УМ1	К1	

<b>CK3</b>		YM1	K1	
<b>CK4</b>	3H2		K1	AB2
<b>CK5</b>	3H2	YM1		
<b>CK6</b>	3H2	YM1	K1	
<b>CK7</b>	3H2	YM1	K1	
<b>CK8</b>	3H2	YM1	K1	AB1
<b>CK9</b>	3H1		K1	
<b>CK10</b>	3H1	YM1		
<b>CK11</b>	3H2	YM1	K1	
<b>CK12</b>		YM1	K2	AB1
<b>CK13</b>		YM1	K1	AB1
<b>CK14</b>		YM1	K1	AB1
<b>CK15</b>	3H1	YM1	K2	
<b>CK16</b>	3H1			AB2



## X Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

### 1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти загальної підготовки ОП</b>			
ОКЗ 1	Історія України та укр. культури	4	Іспит
ОКЗ 2	Країнознавство	4	Іспит
ОКЗ 3	Іноземна мова	16	Іспит, залік
ОКЗ 4	Філософія	4	Іспит
ОКЗ 5	БЖД та охорона праці	4	Іспит
ОКЗ 6	Правознавство та правове забезпечення в галузі	4	Іспит
ОКЗ 7	Економічна теорія (макро- і мікроекономіка)	8	Іспит
ОКЗ 8	Трудове право	4	Іспит
ОКЗ 9	Економіко-математичне моделювання та економетрія	8	Іспит
ОКЗ 10	Інформаційні системи та технології (інформатика, інформаційні системи та технології в маркетингу)	8	Іспит, залік
ОКЗ 11	Вища математика	8	Іспит
<b>Вибіркові компоненти загальної підготовки ОП</b>			
ВКЗ 1	Українська мова (за професійним спрямуванням) додати	4	Іспит
	Ділова мова в публічному управлінні		
	Культура наукової мови		
	Лінгвістичні основи документознавства		
ВКЗ 2	Екологія та захист навколишнього середовища	4	Залік
	Екологічні проблеми України		
	Екосистемологія		
	Екологічний маркетинг		
ВКЗ 3	Техніка та технології АПК	4	Залік
	Технологія виробництва продукції рослинництва		
	Технологія виробництва продукції тваринництва		
	Механізація		
<b>Обов'язкові компоненти професійної підготовки ОП</b>			
ОКП 1	Статистика	4	Іспит

<b>ОКП 2</b>	Економіка (економіка підприємства та міжнародна економіка)	8	Іспит
<b>ОКП 3</b>	Фінанси (теорія фінансів і фінанси підприємства)	4	Іспит
<b>ОКП 4</b>	Облік і оподаткування	4	Іспит
<b>ОКП 5</b>	Менеджмент	4	Іспит
<b>ОКП 6</b>	Маркетинг	8	Іспит
<b>ОКП 7</b>	Брендинг	4	Залік
<b>ОКП 8</b>	Інфраструктура товарного ринку	4	Іспит
<b>ОКП 9</b>	Маркетингова цінова політика	5	Іспит
<b>ОКП 10</b>	Планування маркетингової діяльності	4	Іспит
<b>ОКП 11</b>	Маркетингова товарна політика	4	Іспит
<b>ОКП 12</b>	Маркетинг АПК та міжнародний маркетинг	8	Іспит
<b>ОКП 13</b>	Логістика	4	Іспит
<b>ОКП 14</b>	Маркетинг інновацій	4	Іспит
<b>ОКП 15</b>	Маркетингові комунікації та організація зв'язків з громадськістю	4	Іспит
<b>ОКП 16</b>	Маркетинг послуг та поведінка споживача	4	Іспит
<b>ОКП 17</b>	Реклама в системі маркетингу	4	Іспит
<b>ОКП 18</b>	Бізнес-маркетинг	4	Іспит
<b>ОКП 19</b>	Дисципліни загальноуніверситетського вибору	4	Залік
<b>ОКП 20</b>	Дисципліни загальноуніверситетського вибору	4	Залік
<b>ОКП 21</b>	К/Р з статистики	1	
<b>ОКП 22</b>	К/Р з інфраструктури товарного ринку	1	
<b>ОКП 23</b>	К/Р з маркетингових комунікацій та організації зв'язків з громадськістю	1	
<b>ОКП 24</b>	Навчальна практика ( з інформатики)	3	
<b>ОКП 25</b>	Навчальна практика (з статистики)	3	
<b>ОКП 26</b>	Навчальна практика (з брендингу)	3	
<b>ОКП 27</b>	Виробнича практика	6	
<b>ОКП 28</b>	Комплексний кваліфікаційний іспит	4	
<b>Вибіркові компоненти професійної підготовки ОП</b>			
<b>ВКП 1</b>	Вступ до фаху	4	Залік
	Теорія і практика спеціальності		
	Університетська освіта		
	Фахова комунікабельність		



<b>ВКП 2</b>	Економічний аналіз та маркетингові дослідження	4	Іспит
	Ринкові дослідження		
	Фінансовий аналіз господарської діяльності підприємства		
	Методи та прийоми економічного аналізу		
<b>ВКП 3</b>	Товарознавство	4	Залік
	Розроблення товару		
	Організація закупівлі та продаж		
	Електронна комерція		
<b>ВКП 4</b>	Діловий етикет та протокол	4	Залік
	Діловодство з використанням комп'ютерної техніки		
	Документознавство та інформаційна діяльність		
	Конфліктологія та теорія переговорів		
<b>ВКП 5</b>	Біржова та брокерська діяльність	4	Залік
	Психологія комунікацій		
	Маркетингова комунікаційна політика		
	Комунікаційна діяльність		
<b>ВКП 6</b>	К/Р з маркетингових досліджень	1	
	К/Р з ринкових досліджень		
<b>ВКП 7</b>	К/Р з мерчандайзингу	1	
	К/Р з організації роботи рекламного та ПР-агенства		
<b>ВКП 8</b>	Навчальна практика (з мистецтва ведення переговорів)	3	
	Навчальна ознайомча сільськогосподарська практика із мовним стажуванням		
<i>Вибірковий блок 1. Соціологія менеджменту та маркетингу</i>			
<b>ВКП 1.1</b>	Бренд-менеджмент	4	Іспит
<b>ВКП 1.2</b>	Мерчандайзинг	4	Іспит
<b>ВКП 1.3</b>	Управління продажами	4	Залік
<b>ВКП 1.4</b>	Управління рекламною діяльністю	4	Залік
<i>Вибірковий блок 2. Рекламний бізнес</i>			
<b>ВКП 2.1</b>	Основи реклами	4	Іспит
<b>ВКП 2.2</b>	Організація роботи рекламного та ПР-агенства	4	Іспит
<b>ВКП 2.3</b>	Реклама в інтернеті	4	Залік
<b>ВКП 2.4</b>	Рекламний креатив	4	Залік

<b>Загальний обсяг компонент загальної підготовки:</b>	<b>84</b>
<b>Загальний обсяг компонент професійної підготовки:</b>	<b>156</b>
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>	<b>187</b>
<b>Загальний обсяг вибіркових компонент:</b>	<b>53</b>
<b>у тому числі за вибором студентів:</b>	<b>53</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>	<b>240</b>

## 2. Структурно – логічна схема ОП















