

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

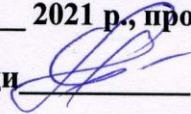
**ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«МАРКЕТИНГ»**

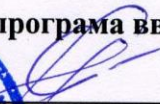
**Першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу  
(2021 рік набору)**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

**ВЧЕНОЮ РАДОЮ СУМСЬКОГО НАУ**

**« 26 » 04 2021 р., протокол № 10**

**Голова вченої ради**  **/В.І.Ладика/**

**Освітня програма вводиться в дію з 1.09.2021р.**  
**Ректор**  **/В.І.Ладика**



**Суми – 2021 р.**



**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**  
**075 «Маркетинг» ОС «Бакалавр»**

**Проектна група у складі:**

**Голова проектної групи:**

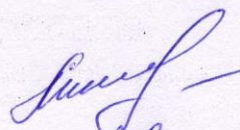
д.е.н., професор кафедри  
маркетингу та логістики



Ю.І. Данько

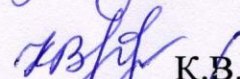
**Члени проектної групи:**

д.е.н., професор, завідувач кафедри  
маркетингу та логістики



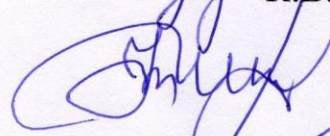
М.О. Лищенко

к.е.н., доцент кафедри  
маркетингу та логістики



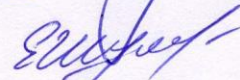
К.В. Блюмська-Данько

к.е.н., доцент кафедри  
маркетингу та логістики



Т.В. Устік

к.е.н., доцент кафедри  
маркетингу та логістики



О.В. Шумкова

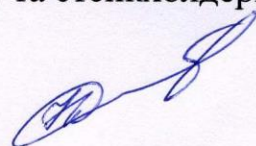
к.е.н., доцент кафедри  
маркетингу та логістики



В.А. Муштай

Розглянуто та схвалено на розширеному засіданні кафедри маркетингу та логістики за участі студентського активу та стейкхолдерів протокол № \_\_ від \_\_. 03. 2021 р.

Начальник навчального відділу



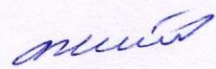
Н.В. Колодненко

Завідувач відділу якості, ліцензування  
та акредитації, к.е.н., доцент



І.Д.Скляр

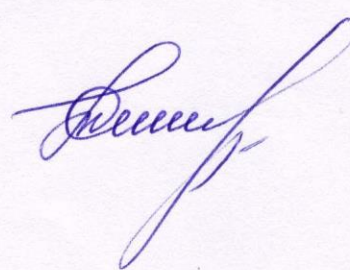
Проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи, к.е.н., професор



В.М. Жмайлов

Схвалено на засіданні вченої ради факультету економіки та менеджменту від **09 квітня 2021 р.**, протокол № 6

Голова вченої ради факультету  
економіки і менеджменту,  
к.е.н., професор



Н.І. Строченко

## ПЕРЕДМОВА

Бакалаврська програма «Маркетинг» дає можливість підготувати спеціалістів високого рівня, які володіють фундаментальними теоретико-методологічними знаннями і практичними фаховими навичками з маркетингової діяльності та вміють їх застосовувати в управлінській діяльності підприємств та інших структур та провадити наукові дослідження проблем розвитку теорії та методології маркетингової діяльності в умовах глобалізації та відкритості ринків.

Бакалаврська програма «Маркетинг» спрямована на отримання необхідних знань, вмінь та навичок, для реалізації управлінської функції на мікро-, мезо- та макрорівнях, в тому числі об'єднаннях підприємств (вертикально та горизонтально-інтегрованих структурах), підприємствах, установах, організаціях, територіальних громадах які здійснюють маркетингову діяльність незалежно від форм власності та видів економічної діяльності, управління маркетинговими програмами і проектами.

Користувачі освітньо-професійної програми:

- Здобувачі вищої освіти, які навчаються в Сумському національному аграрному університеті за спеціальністю 075 «Маркетинг»;
- Науково-педагогічні працівники Сумського національного аграрного університету, які здійснюють підготовку магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг»;
- Приймальна комісія Сумського національного аграрного університету ;
- Екзаменаційна комісія спеціальності 075 «Маркетинг».

### **Фахову експертизу проводили:**

Назаренко Сергій Володимирович	Директор ТОВ «ІнтерАгроСтандарт», м. Суми
Устік Дмитро Володимирович	Заступник голови правління з маркетингу ТОВ «Натон»
Блюмська Анастасія Сергіївна	Спеціаліст з даних, моніторингу та оцінки Українського проекту бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP)
Карпенко Олена Олександрівна	Директор туристичного агентства «Орел і решка»
Калініченко Віталій Миколайович	Директор ФГ «Батьківщина» Краснопільського району

### **Методичну експертизу проводили:**

Строченко Наталія Іванівна	Кандидат економічних наук, професор, декан факультету економіки та менеджменту
Михайлова Любов Іванівна	доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту
Терещенко Світлана Іванівна	доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та підприємництва

### **Перелік нормативних документів:**

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>
7. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для (бакалаврського) першого рівня освіти» №1343 від 05 грудня 2018 року. – <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf>

#### **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](http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf).
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.

## 1. ПРЕАМБУЛА

Маркетинг є перспективною спеціальністю з підготовки висококваліфікованих та компетентних фахівців, яка охоплює повний спектр знань щодо розробки нових товарів, впровадження новітніх технологій, проведення ефективної рекламної компанії та створення позитивного іміджу підприємства. Потреба країни у висококваліфікованих спеціалістах, які у змозі заснувати та розвивати власний бізнес у сфері маркетингової діяльності, надавати якісні послуги щодо дослідження ринку, смаків та вподобань споживачів та здійснювати операції щодо просування та ефективного продажу продукції постійно зростає. Випускники цієї спеціальності зможуть реалізувати себе в різних сферах економічної діяльності та на підприємствах різних форм власності.

Маркетинг – це запорука успіху діяльності підприємства для тих, хто бажає розвиватися та впевнено підніматися кар’єрними сходами. За період навчання компетентні викладачі розкривають можливості та потенціал кожного, використовуючи власний як науково-педагогічний, так і практичний досвід.

Процес навчання ґрунтується на широкому використанні методів активізації всіх видів лекційних і практичних занять, рішення задач та досліджені передового досвіду підприємств.

Специфіка навчання повинна враховувати сучасні тенденції розвитку світової та вітчизняної економічної науки, орієнтована на підготовку компетентних фахівців, що володіють теоретичними знаннями і практичним умінням, дозволяє сформувати у майбутніх фахівців сучасну систему поглядів та спеціальні знання у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

## 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу</b>	Сумський національний аграрний університет, факультет економіки і менеджменту, кафедра маркетингу та логістики
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр, бакалавр з маркетингу
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 навчальних роки, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 навчальних роки на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст») із визнанням та перезарахуванням кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста)
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат НД 1991723, дійсний до 01.07.2027 року
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності у неї повної загальної середньої освіти або ОС «Молодший бакалавр», ОС «Молодший спеціаліст» без обмеження віку.
<b>Мови викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	до 01.07.2027 року
<b>Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.snau.edu.ua">www.snau.edu.ua</a> <a href="https://snau.edu.ua/zabezpechennya-yakosti-osviti/osvitni-programi/">https://snau.edu.ua/zabezpechennya-yakosti-osviti/osvitni-programi/</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка висококваліфікованих та компетентних фахівців в області маркетингу, які володіють концептуальними науковими та практичними знаннями, мають критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності і володіють практичними навичками з дослідження аграрних ринків та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств, установ, організацій, територіальних громад, а саме спеціалістів у сферах маркетингового менеджменту та маркетологів – аналітиків; спеціалістів із реклами та PR та спеціалістів з маркетингу, що мають практичні навички щодо прийняття ефективних управлінських та підприємницьких рішень у сфері ринкових відносин та маркетингу.	
<b>3- Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)</b>	07 - Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна
<b>Основний фокус</b>	Маркетингова діяльність як поведінка суб'єкта господарювання в

<b>програми та спеціалізації</b>	ринковому середовищі для реалізації його економічних та соціальних інтересів. Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності аграрних підприємств. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетинг-мікс, попит, споживач, ринок, маркетингове дослідження, комунікації.
<i>Об'єкт вивчення:</i>	Маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.
<b>Опис предметної області</b>	Фахова діяльність у галузі управління та адміністрування за спеціальністю «Маркетинг». <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Методи, методики та технології:</i> - загальнонаукові та специфічні методи дослідження (розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, фактологічні, соціологічні, документальні, балансові тощо); - професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування тощо). <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
<b>Орієнтація програми</b>	Структура програми передбачає оволодіння базовими знаннями щодо прийняття управлінських рішень у різних сферах маркетингу, обґрунтування рекомендацій щодо формування комплексу маркетингу; вміння прогнозування і моделювання маркетингових процесів; оволодіння навичками сегментації і позиціонування; здатність формувати та управляти товарним асортиментом та номенклатурою продукції, впровадження оптимальної цінової політики; володіння навичками проектування і проведення рекламних кампаній, застосування засобів стимулювання збуту та обґрунтовувати оцінки результатів маркетингової діяльності підприємства за допомогою інструментів маркетингового контролю та аудиту. Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингової діяльності та орієнтує на актуальні питання, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра.
<b>Особливості програми</b>	Програма орієнтована на оволодіння базовими знаннями з маркетингу, з акцентом на маркетингову діяльність суб'єктів ринку агропродовольчої продукції (аграрний маркетинг) та



	об'єднаних територіальних громад, професійну спеціальну підготовку маркетологів для аграрного сектору економіки та сільських територій, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища та науково-дослідної сфери.	
<b>Академічні та професійні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.	
<b>4. - Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти</b>		
<b>Обсяг освітньої програми бакалавра</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</li> <li>• 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):</li> <li>• - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li> <li>• - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.</li> </ul>	
<b>Професійні права випускників</b> (регламентуються Національним класифікатором професій ДК 003:2010)		
<b>5.- Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>		
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<b>Назва і шифр професійної групи</b>	<b>Професійна назва роботи (посада)</b>
	3415. Технічні та торговельні представники	Агент Агент комерційний. Агент роз'їздний. Агент технічний Мерчендайзер Представник торговельний Торговець комерційний Торговець роз'їздний Торговець промисловий Торговець технічний
	3419. Інші фахівці в галузі фінансів та торгівлі	Організатор з постачання Організатор із збуту
	3429. Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери	Агент рекламний. Представник з реклами Ревізор комерційний Торговець (обслуговуванні бізнесу та реклами)

	2419.2 ; 2411. Професіонали в сфері маркетингу	2419.2 . Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Рекламист 2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець з державних закупівель 2419.2 Фахівець із сертифікації та стандартизації та якості 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю 2441. Маркетолог 2441. Мерчандайзинг 2441. Експерт зі збуту. 2441. Агент 2441. Бренд-менеджер
<b>Професійна назва роботи</b>	Агент з нерухомості, ріелтер, торговець (власність), торговець нерухомістю, агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, закупник, брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів, агенти з комерційних послуг та торговельні брокери, керівник та замісник керівника підприємств, установ та організацій; керівник департаменту маркетингу, керівник підрозділів збуту й логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівників підрозділу з маркетингових досліджень; помічник керівника підприємства (установи, організації), помічник керівника виробничого підрозділу, помічник керівника іншого основного підрозділу, помічник керівника малого підприємства без апарату управління, спеціаліст у сферах маркетингового менеджменту та маркетолог - аналітик; спеціаліст із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліст з маркетингу.	
	<b>б. – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle (CASE -study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних), самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекції, мультимедійні лекції, інтерактивні лекції, семінари, практичні заняття, самостійне навчання, індивідуальні заняття, дистанційні технології навчання, тощо. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, що розвивають практичні навички, уміння та формують креативне мислення. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.	
<b>Оцінювання</b>	Поточне опитування, тестовий контроль, презентація	

	<p>індивідуальних завдань, звіти з практики. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю.</p> <p>Атестація здійснюється у формі єдиного державного кваліфікаційного іспиту зі спеціальності. Атестаційний екзамен (екзамени) передбачає оцінювання програмних результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.</p>
<b>7. - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІК)</b>	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.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p><b>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</b></p> <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 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>
<b>Фахові компетентності</b>	<p><b>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</b></p> <p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p>

	ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
	ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
	ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
	ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності, здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.
	ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
	ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
	<b>Компетентності визначені СНАУ:</b>
	ФК15. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.
	ФК16. Здатність проводити дослідження поведінки споживачів та аналіз конкурентів.
	ФК17. Здатність формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної, цінової та комунікаційної політики, використовуючи сучасні прийоми та методи аналізу ринкового середовища.
	ФК18. Здатність до організації системи збуту та формування ефективних логістичних систем та ланцюгів.
	ФК19. Здатність до розрахунку та прогнозування цінової політики підприємства – система знижок, надбавок та обґрунтовувати цінових стратегій та уміння інтерпретувати різноманітні засоби просування продукції в контексті маркетингових комунікацій.
	ФК20. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, аналіз результатів діяльності підприємства.
<b>8. - Програмні результати навчання</b>	
<b>Програмні результати визначені стандартом вищої освіти:</b>	
Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	

P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, 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. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P15. 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.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

#### ***Програмні результати визначені СНАУ:***

P19. Вміти демонструвати основні поняття діджитал-маркетингу; проводити пошук маркетингової інформації та здійснювати різні види маркетингових досліджень в Інтернет-середовищі; формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики в діджитал-маркетингу; організовувати маркетингову підтримку діяльності інформаційної установи в діджитал-маркетингу; обґрунтовувати вибір Інтернет-інструментів стимулювання збуту.

P20. Управляти товарооборотом підприємств оптової та роздрібної торгівлі, формувати систему сервісного обслуговування покупців товарів; формувати й оцінювати товарний асортимент підприємств; аналізувати та планувати витрати обігу; здійснювати бізнес-планування на підприємствах; адаптувати інфраструктурну діяльність підприємства до змін його зовнішнього та внутрішнього середовища.

P21. Організовувати маркетингову діяльність сільськогосподарського підприємства; розробляти організаційно-економічні підходи щодо створення системи ціноутворення на сільськогосподарському підприємстві; формувати товарний асортимент агарного підприємства та визначати його ефективність; організовувати діяльність маркетингової служби сільськогосподарського підприємства, формувати її завдання та функції,

<p>розраховувати ефективність функціонування. Р 22. Знати основи обліку та фінансів, вміти аналізувати результати діяльності підприємства.</p>	
<p><b>9. - Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти</b></p>	
<p><b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b></p>	<p>Атестація бакалаврів здійснюється у формі складання єдиного кваліфікаційного іспиту зі спеціальності.</p>
<p><b>Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)</b></p>	<p>Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі Єдиного кваліфікаційного іспиту з іноземної мови, Єдиного кваліфікаційного іспиту зі спеціальності. Завершується видачею документа встановленого зразка про присудження випускнику ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно.</p> <p>Єдиний кваліфікаційний іспит передбачає оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.</p> <p>Єдиний кваліфікаційний іспит зі спеціальності 075 «Маркетинг» передбачає виконання кваліфікаційних завдань, є формою кваліфікаційних випробувань, яка дозволяє об'єктивно і надійно визначити рівень освітньої і професійної підготовки випускників вищого навчального закладу за цим освітньо-кваліфікаційним рівнем.</p>
<p><b>10. - Ресурсне забезпечення реалізації програми</b></p>	
<p><b>Кадрове забезпечення</b></p>	<p>Реалізацію освітньо-професійної програми з маркетингу здійснюють чотири доктори економічних наук, професорів та десять кандидатів економічних наук, доцентів зі стажем роботи не менше 10 років.</p> <p>Усі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми з маркетингу, є штатними співробітниками Сумського національного аграрного університету. Всі науково-педагогічні працівники мають науковий ступінь та/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності.</p> <p>Для підвищення практичної спрямованості навчального процесу до проведення лекційних занять залучаються провідні фахівці-практики та закордонні фахівці.</p>
<p><b>Матеріально-технічне забезпечення</b></p>	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Для реалізації освітньо-професійної програми на факультеті економіки і менеджменту є спеціалізовані навчально-тренінгові та комп'ютерні лабораторії, обладнані необхідним устаткуванням та програмним забезпеченням (програмний комплекс Diamond FMS, 1С: Управління сільськогосподарським підприємством, доступ до 1С: ІТС Україна, 1С: Підприємство 8.2, Мастер Тест).</p> <p>Дистанційне навчання реалізовано на платформах MOODLE, GoogleClassroom та платформах сервісів для проведення он-лайн конференцій ZOOM, GoogleMeet, Teams.</p>
<p><b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b></p>	<p>Офіційний веб-сайт СНАУ <a href="http://www.snau.edu.ua">http://www.snau.edu.ua</a> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, міжнародне співробітництво, практику та працевлаштування, контакти.</p>

	<p>Усі зареєстровані в СНАУ користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Фонд наукової бібліотеки СНАУ містить понад 313 тис. примірників навчальної, наукової літератури, періодичних наукових видань. До електронного каталогу внесено понад 76700 записів. Створюються та використовується електронні бази даних вторинної інформації – букіністичний каталог (понад 1100 записів), каталог дисертацій (363 записи), каталог авторефератів (2585 записів) тощо. Створено електронну картотеку книгозабезпечення. Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайту університету: <a href="http://library.http://www.snau.edu.ua">http://library.http://www.snau.edu.ua</a>.</p> <p>Всі навчальні дисципліни курсу освітньо-професійної підготовки з маркетингу забезпечені конспектами лекцій, методичними рекомендаціями щодо проведення практичних занять та самостійної роботи, методичними рекомендаціями щодо проходження фахового стажування та переддипломної практик, а також Е-курсами в середовищі MOODLE. Університет має підключення до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science.</p>
<b>11.- Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Сумським національним аграрним університетом та університетами України економічного спрямування
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Сумським національним аграрним університетом та іноземними навчальними закладами-партнерами (зокрема, з Університетом прикладних наук Вайенштефан-Тріздорф, Німеччина; Університетом Хохенхайм, Німеччина).
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе після вивчення курсу української мови

**Гарант освітньої програми**  
д.е.н., професор

**Ю.І.Данько**

**Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (обов'язкові компоненти ОП)**

	ГП 1	ГП 2	ГП 3	ГП 4	ГП 5	ПП 1	ПП 2	ПП 3	ПП 4	ПП 5	ПП 6	ПП 7	ПП 8	ПП 9	ПП 10	ВП 1	ВП 2	ВП 3	ВП 4
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК1	+			+	+				+							+	+	+	+
ЗК2	+				+	+	+		+							+	+	+	+
ЗК3	+	+				+	+	+	+							+	+	+	+
ЗК4		+						+	+							+	+	+	+
ЗК5												+				+	+	+	+
ЗК6	+			+					+	+						+	+	+	+
ЗК7						+	+						+	+	+	+	+	+	+
ЗК8		+				+	+	+								+	+	+	+
ЗК9		+						+	+							+	+	+	+
ЗК10			+					+								+	+	+	+
ЗК11									+	+						+	+	+	+
ЗК12			+	+	+			+	+							+	+	+	+
ЗК13			+				+									+	+	+	+
ЗК14	+			+								+				+	+	+	+
ФК1										+	+		+	+	+	+	+	+	+
ФК2										+	+		+	+		+	+	+	+
ФК3									+	+			+	+	+	+	+	+	+
ФК4										+			+	+		+	+	+	+
ФК5		+								+			+	+		+	+	+	+
ФК6										+			+	+	+	+	+	+	+
ФК7								+		+	+		+	+		+	+	+	+
ФК8								+	+	+	+					+	+	+	+
ФК9								+	+			+	+			+	+	+	+
ФК10								+	+			+	+			+	+	+	+
ФК11									+		+		+			+	+	+	+
ФК12		+									+	+				+	+	+	+
ФК13								+	+	+	+					+	+	+	+
ФК14								+	+	+	+		+	+		+	+	+	+
ФК15								+		+	+		+	+		+	+	+	+
ФК16									+				+	+	+	+	+	+	+
ФК17									+				+			+	+	+	+
ФК18									+					+		+	+	+	+
ФК19									+				+	+		+	+	+	+
ФК20								+					+						





## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

#### Спеціальність 075 «Маркетинг» ОС «Бакалавр»

##### 1. Перелік навчальних дисциплін

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>1. НОРМАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
	<b>1.1. Цикл гуманітарної підготовки</b>	<b>25</b>	
ГП 1	Історично-філософські студії	5	Іспит /Залік
ГП 2	Основи наукових досліджень	5	Іспит
ГП 3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	5	Іспит /Залік
ГП 4	Громадянська освіта	5	Іспит
ГП 5	Українська мова та академічне письмо	5	Іспит
	<b>1.2 Цикл дисциплін природничо-наукової (фундаментальної) підготовки</b>	<b>35</b>	
ПНП 1	Мікроекономіка	5	Іспит
ПНП 2	Макроекономіка	5	Іспит
ПНП 3	Вища математика	5	Залік /Іспит
ПНП 4	Теорія ймовірності і математична статистика	5	Залік
ПНП 5	Математичне програмування	5	Іспит
ПНП 6	Інформатика і комп'ютерна техніка	5	Залік
ПНП 7	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві	5	Іспит
	<b>1.3 Цикл дисциплін базової та загально-професійної підготовки</b>	<b>40</b>	
ЗБП 1	Економіка підприємств	5	Іспит
ЗБП 2	Менеджмент	5	Іспит
ЗБП 3	Маркетинг	5	Іспит
ЗБП 4	Державні фінанси і фінанси підприємства	5	Іспит
ЗБП 5	Бухгалтерський облік	5	Іспит
ЗБП 6	Інформаційні фахові технології	5	Іспит
ЗБП 7	Статистика	5	Іспит
ЗБП 8	Аналіз господарської діяльності	5	Іспит
	<b>1.4 Цикл дисциплін професійної підготовки</b>	<b>50</b>	
ПП 1	Ринкова інфраструктура	5	Іспит
ПП 2	Маркетинг послуг	5	Іспит
ПП 3	Маркетингова в малому бізнесі	5	Іспит
ПП 4	Поведінка споживача	5	Іспит
ПП 5	Маркетингове ціноутворення	5	Іспит
ПП 6	Логістика	5	Іспит
ПП 7	Аграрний маркетинг	5	Іспит
ПП 8	Маркетингові комунікації	5	Іспит
ПП 9	Маркетингові дослідження	5	Іспит

ПП 10	Маркетинг товарна політика	5	Іспит
<b>Загальний обсяг нормативних дисциплін</b>		<b>150</b>	
<b>Практична підготовка (ВПП) та ДК</b>			
Навчальна практика		<b>6</b>	
Виробнича практика		<b>12</b>	
Фахове стажування і переддипломна практика		<b>9</b>	
Державна атестація		<b>3</b>	
<b>Усього</b>		<b>30</b>	
<b>2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ</b>			
<b>2.1 Цикл загальноуніверситетських вибіркових дисциплін загальної підготовки</b>			
ВЗПУ 1	Фізичне виховання (за руховою активністю)	5	Залік
ВЗПУ 2	Іноземна фахова мова (за вибором)	5	Залік
ВЗПУ 3	Вибіркова дисципліна (4 сем)	5	Залік
ВЗПУ 4	Вибіркова дисципліна (6 сем)	5	Залік
<b>2.2 Цикл дисциплін загальної підготовки для спеціальностей факультету</b>			
ВЗПС 1	Вибіркова дисципліна (3 сем)	5	Іспит
ВЗПС 2	Вибіркова дисципліна (4 сем)	5	Іспит
ВЗПС 3	Вибіркова дисципліна (5 сем)	5	Залік
ВЗПС 4	Вибіркова дисципліна (6 сем)	5	Залік
<b>2.3 Цикл вибіркових дисциплін фахової підготовки</b>			
ВФП 1	Вибіркова дисципліна (7 сем)	5	Залік
ВФП 2	Вибіркова дисципліна (7 сем)	5	Залік
ВФП 3	Вибіркова дисципліна (8 сем)	5	Іспит
ВФП 4	Вибіркова дисципліна (8 сем)	5	Залік
<b>Загальний обсяг вибіркового компонента:</b>		<b>60</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

## Перелік дисциплін за вибором студента

<b>2.1 Цикл загально-університетських вибіркових дисциплін загальної підготовки</b>			
ВЗПУ 1 Фізичне виховання (за руховою активністю)	5	Залік	
ВЗПУ 2 Іноземна фахова мова (за вибором)	5	Залік	
ВЗПУ 3 Вибіркова дисципліна (4 сем)	5	Залік	
ВЗПУ 3 Вибіркова дисципліна (6 сем)	5	Залік	
<b>2.2 Цикл дисциплін загальної підготовки для спеціальностей факультету</b>			<a href="https://eim.snau.edu.ua/disciplini-zagalno%d1%97-pidgotovki/">https://eim.snau.edu.ua/disciplini-zagalno%d1%97-pidgotovki/</a>
<b>ВЗПС 1</b>	5	Іспит	
Політекономія	5	Іспит	
Теорія організацій	5	Іспит	
Регіональна економіка	5	Іспит	
Економетрика	5	Іспит	
Загальні основи організації господарського обліку	5	Іспит	
Фінанси природокористування	5	Іспит	
Ораторське мистецтво та комунікації	5	Іспит	
<b>ВЗПС 2</b>			
Гроші і кредит	5	Іспит	
Міжнародна економіка	5	Іспит	
Зовнішньоекономічна діяльність	5	Іспит	
Податкова політика	5	Іспит	
Основи бізнес-аналітики	5	Іспит	
Міжнародна торгівля			
<b>ВЗПС 3</b>			
Економіка праці і соціально-трудові відносини	5	Залік	
Нормування праці	5	Залік	
Оподаткування підприємств	5	Залік	
Планування і контроль на підприємстві	5	Залік	
Організація і кооперація підприємницької діяльності	5	Залік	
Тайм-менеджмент	5	Залік	
Брендинг	5	Залік	
<b>ВЗПС 4</b>			
Електронна комерція	5	Залік	
Управлінська і фінансова звітність підприємства	5	Залік	
Маркетинг територій	5	Залік	
Інформаційні технології в формуванні управлінської звітності (1-С Бухгалтерія)	5	Залік	
Управління якістю	5	Залік	
Організація публічних закупівель	5	Залік	
Біоекономіка та сталий розвиток	5	Залік	
<b>2.3 Цикл вибіркових дисциплін фахової підготовки</b>			<a href="https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/">https://eim.snau.edu.ua/kafedri/marketingu-ta-logistiki/</a>
<b>ВФП 1</b>			
Діджитал маркетинг	5	Залік	
Цифровий маркетинг	5	Залік	
Інтернет маркетинг	5	Залік	
<b>ВФП 2</b>			
Маркетинг промислового підприємства	5	Залік	
Маркетинг агропромислових формувань	5	Залік	
<b>ВФП 3</b>			
Маркетингове планування і контроль	5	Іспит	
Маркетинговий аудит	5	Іспит	
<b>ВФП 4</b>			
Паблік релейшнз	5	Залік	
HR - маркетинг	5	Залік	
Маркетинг відносин	5	Залік	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Компоненти	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс		Всього	
	1 семестр (кредити, форма контролю)	2 семестр (кредити, форма контролю)	3 семестр (кредити, форма контролю)	4 семестр (кредити, форма контролю)	5 семестр (кредити, форма контролю)	6 семестр (кредити, форма контролю)	7 семестр (кредити, форма контролю)	8 семестр (кредити, форма контролю)	кредити	%
<b>1. Обов'язкові компоненти ОПП</b>										
<b>Цикл дисциплін гуманітарної підготовки</b>	Історично-філософські студії (іспит, залік – 5 кредитів) Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (іспит, залік – 5 кредитів) Українська мова та академічне письмо (іспит – 5 кредитів)	Громадянська освіта (іспит – 5 кредитів)	Основи наукових досліджень (іспит – 5 кредитів)						25	10,4
<b>Цикл дисциплін природничо-наукової (фундаментальної) підготовки</b>	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві (іспит – 5 кредитів)	Мікроекономіка (іспит - 5 кредитів) Вища математика (іспит, залік – 5 кредитів) Теорія ймовірності і математична статистика (залік – 5 кредитів) Інформатика і комп'ютерна техніка (іспит, залік – 5 кредитів)	Макроекономіка (іспит – 5 кредитів)	Математичне програмування (іспит – 5 кредитів)					35	14,6
<b>Цикл дисциплін базової та загально-професійної підготовки</b>			Статистика (іспит - 5 кредитів)	Державні фінанси і фінанси підприємств (іспит - 5 кредитів)	Економіка підприємств (іспит - 5 кредитів)	Аналіз господарської діяльності (іспит - 5 кредитів)			40	16,7

				кредитів) Інформаційні фахові технології (іспит - 5 кредитів)	Менеджмент (іспит - 5 кредитів) Маркетинг (іспит - 5 кредитів) Бухгалтерськи й облік (іспит - 5 кредитів)					
<b>Цикл дисциплін професійної підготовки</b>						Ринкова інфраструктур а (іспит - 5 кредитів)  Маркетинг послуг (іспит - 5 кредитів)  Маркетинг в малому бізнесі (іспит - 5 кредитів)	Поведінка споживача (іспит - 5 кредитів) Маркетингове ціноутворенн я (іспит - 5 кредитів) Логістика (іспит - 5 кредитів) Аграрний маркетинг (іспит - 5 кредитів)	Маркетингові комунікації (іспит - 5 кредитів)  Маркетингові дослідження (іспит - 5 кредитів) Маркетингов а товарна політика (іспит - 5 кредитів)	50	20,8
<b>Практична підготовка (ВПП) та ДК</b>		Навчальна практика ( 3 кредити)		Навчальна практика (3 кредити)		Виробнича практика (12 кредитів)		Фахове стажування (9 кредити) Державна атестація (3 кредити)	30	12,5
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>20</b>	<b>32</b>	<b>20</b>	<b>27</b>	<b>180</b>	<b>75</b>
<b>2. Вибіркові компоненти ОПП</b>										
<b>Загальний обсяг вибіркового компонента</b>									<b>60</b>	<b>25</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП</b>									<b>240</b>	<b>100</b>

