

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

**ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

**Рівень вищої освіти : Перший (бакалаврський)
Ступінь вищої освіти: Бакалавр
Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу
(2022 рік набору)**

ЗАТВЕРДЖЕНО

ВЧЕНОЮ РАДОЮ СУМСЬКОГО НАУ

« 28 » __03__ 2022р., протокол № 11_

Голова вченої ради _____ /В.І.Ладика/

Освітня програма вводиться в дію з 1.09.2022р.

Ректор _____ /В.І.Ладика

(наказ № 77-к від «01» квітня 2022 р.)

Суми – 2022 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:

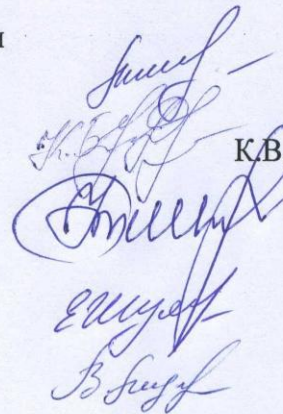
д.е.н., професор, завідувач кафедри
маркетингу та логістики

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

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

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

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



М.О. Лищенко

К.В. Блюмська-Данько

Т.В. Устік

О.В. Шумкова

В.А. Муштай

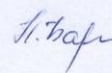
Розглянуто та схвалено на розширеному засіданні кафедри маркетингу та логістики за участі студентського активу та стейкхолдерів протокол №_10_ від 22. 02. 2022 р.

Начальник навчального відділу



Н.В. Колодненко

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



І.Д.Скляр

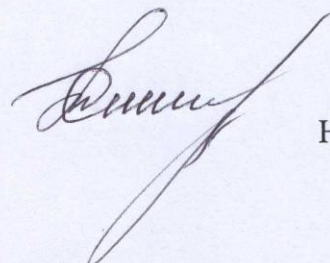
Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи, к.е.н., професор



В.М. Жмайлов

Схвалено на засіданні вченої ради факультету економіки та менеджменту
від 25 03 2022 р. протокол № 8

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
Михайлов Андрій Миколайович	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/naukovometodichna-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>
8. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційноаналітичний огляд [Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf];
9. EQF-LLL – European Qualifications Framework for Life long Learning [Режим доступу:https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_en.pdf];
10. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area [Режимдоступу: <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67>];
11. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>].

Джерела внутрішнього користування

1. Положення про організацію освітнього процесу в Сумському національному аграрному університеті, затверджене Рішенням вченої ради Сумського національного аграрного університету від 30.02.2015 р. URL: https://snau.edu.ua/wpcontent/uploads/2020/02/Положення_2015_Організація-освітнього-процесу.pdf
2. Концепція освітньої діяльності Сумського національного аграрного університету, схвалена Вченою радою університету 27 серпня 2015 року. URL: <https://drive.google.com/file/d/1MBO0pEuPCM2M20CWCsa0G3wkWrWRGcas/view>
3. Кодекс академічної доброчесності Сумського національного аграрного університету, схвалений Вченою радою університету від 26.12.2017р. URL: http://docs.snau.edu.ua/documents/education/quality/kodeks_akadem_dobrochesnosti.pdf
4. Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в Сумському НАУ, схвалене Вченою радою СНАУ 26.12.2017р. URL: http://docs.snau.edu.ua/documents/education/quality/polojennya_plagiat.pdf
5. Положення про порядок перевірки академічних та наукових текстів на унікальність в Сумському національному аграрному університеті, схвалене Вченою радою СНАУ 15.10.2019р. URL: https://snau.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/ПОЛОЖЕННЯ_УНІКАЛЬНІСТЬ_СНАУ.pdf

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу	Сумський національний аграрний університет, факультет економіки і менеджменту, кафедра маркетингу та логістики
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр з маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Тип диплому та обсяг освітньої програми	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)
Наявність акредитації	Сертифікат НД 1991723, дійсний до 01.07.2027 року
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	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.
Мови викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2027 року
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.snau.edu.ua https://snau.edu.ua/zabezpechennya-yakosti-osviti/osvitni-programi/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих та компетентних фахівців, здатних інтегрувати знання в сфері маркетингу, які володіють концептуальними науковими та практичними знаннями, мають критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної маркетингової діяльності, здатні розв'язувати складні задачі і володіють практичними навичками з проведення досліджень аграрних ринків та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств, установ, організацій, 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.	
3- Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	07 - Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна

Основний фокус програми та спеціалізації	Маркетингова діяльність як поведінка суб'єкта господарювання в ринковому середовищі для реалізації його економічних та соціальних інтересів. Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності аграрних підприємств. Ключові слова: 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.
Опис предметної області	<i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <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>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Особливості програми	Програма орієнтована на оволодіння базовими знаннями з маркетингу, з акцентом на маркетингову діяльність суб'єктів ринку агропродовольчої продукції (аграрний маркетинг), професійну спеціальну підготовку маркетологів для аграрного сектору економіки, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища та науково-дослідної сфери.
Академічні та професійні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
4. - Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти	
Обсяг освітньої програми бакалавра	<ul style="list-style-type: none"> • 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 перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): <ul style="list-style-type: none"> • - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; • - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.
Професійні права випускників (регламентуються Національним класифікатором професій ДК 003:2010)	

5.- Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	Назва і шифр професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
	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 Рекламіст 2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець з державних закупівель 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
Професійна назва роботи	Агент з нерухомості, ріелтер, торговець (власність), торговець нерухомістю, агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчендайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їздний, 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.
	6. – Викладання та оцінювання
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, змішане навчання в системі Moodle (CASE -study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних), самонавчання, використання сервісів відеозв'язку (Zoom, Webex, Microsoft Teams та інших сервісів), навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій (мультимедійні, інтерактивні), семінари, практичні заняття, 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.
Оцінювання	За освітньою програмою передбачено формативне (письмові та усні коментарі й настанови викладачів у процесі навчання, формування навичок самооцінювання, залучення студентів до оцінювання роботи один одного) та сумативне (письмові іспити з навчальних дисциплін, оцінювання поточної роботи протягом вивчення окремих освітніх компонентів (презентації, тестування), захист звітів з практик, атестаційний екзаме́н. Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд, звіти з практики. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену зі спеціальності. Атестаційний екзаме́н 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. Шкала оцінювання навчальних досягнень: 4-х рівнева національна шкала – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»; 100-бальна шкала за системою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).
7. - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	Компетентності визначені стандартом вищої освіти: ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності 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

	<p>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> <p>Компетентності визначені СНАУ</p> <p>ЗК 15. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства; усвідомлення цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідності його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні;</p> <p>ЗК 16. 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>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</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> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в</p>

	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.
	Компетентності визначені СНАУ:
	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; формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної, цінової та комунікаційної політики, використовуючи сучасні прийоми та методи аналізу ринкового середовища.
	ФК17. Здатність до організації системи збуту та формування ефективних логістичних систем та ланцюгів.
	ФК18. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, аналіз результатів діяльності підприємства.

8. - Програмні результати навчання

Програмні результати визначені стандартом вищої освіти:

- P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження 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 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 навчання, визначені СНАУ:**
- P19. Вміти формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних фахових технологій; використовувати ІТ – технології при визначенні стратегії розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств;
- P20. Демонструвати знання і вміння з основ маркетингового планування в аграрних підприємствах; оцінювати ринкову інфраструктуру та результати підприємницької діяльності.
- P21. Вибудувати оптимальні рішення, щодо системи ціноутворення на сільськогосподарському підприємстві; формувати товарний асортимент підприємства та визначати його ефективність;
- P 22. Знати основи обліку та фінансів, вміти аналізувати результати діяльності підприємства.

9. - Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація бакалаврів здійснюється у формі складання єдиного кваліфікаційного іспиту зі спеціальності.
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	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. 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. 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.

10. - Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове	Розробники програми з маркетингу здійснюють три доктори
----------------	---

забезпечення	<p>економічних наук, професори та 3 кандидати економічних наук, доцента 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. 100 % науково-педагогічних працівників випускової кафедри мають публікації в Scopus и Web of Science, є авторами підручників, посібників</p> <p>Для підвищення практичної спрямованості навчального процесу до проведення лекційних занять залучаються провідні фахівці-практики. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається за рахунок участі у тренінгах, семінарах, мастер-класах, конференціях, участі у міжнародних стажуваннях та інше.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<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, Мастер Тест).</p> <p>Дистанційне навчання реалізовано на платформах MOODLE, GoogleClassroom та платформах сервісів для проведення он-лайн конференцій ZOOM, GoogleMeet, Teams.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний веб-сайт СНАУ http://www.snau.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, міжнародне співробітництво, практику та працевлаштування, контакти. Усі зареєстровані в СНАУ користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Створено електронну картотеку книгозабезпечення. Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://library.snau.edu.ua</p> <p>Усі навчальні дисципліни курсу забезпечені робочими навчальними програмами (силабусами), конспектами лекцій, методичними рекомендаціями щодо проведення практичних занять та самостійної роботи, методичними рекомендаціями щодо проходження навчальної практики та фахового стажування.</p> <p>Усі зареєстровані в СНАУ користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Всі приміщення СНАУ забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://library.snau.edu.ua</p> <p>Усі 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 практики, а також рекомендаціями щодо виконання кваліфікаційної роботи магістра, а також Е-курсами в</p>

	середовищі MOODLE. Форми надання інформації та консультацій: комунікації через соціальні мережі, сайт, інформаційну платформу Moodle, месенджери, електронні пошти, телефон, під час особистих зустрічей Університет має підключення до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science.
11.- Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Сумським національним аграрним університетом та університетами України економічного спрямування
Міжнародна кредитна мобільність	Можливість укладання угод про міжнародну мобільність, про тривалі міжнародні проекти, що передбачають участь здобувачів вищої освіти тощо.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе з мовою навчання «українська мова».

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

Ю.І.Данько

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
1. НОРМАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
	1.1. Цикл гуманітарної підготовки	25	
ОК 1	Історично-філософські студії	5	Іспит /Залік
ОК 2	Основи наукових досліджень	5	Іспит
ОК 3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	5	Іспит /Залік
ОК 4	Громадянська освіта	5	Іспит
ОК 5	Українська мова та академічне письмо	5	Іспит
	1.2 Цикл дисциплін природничо-наукової (фундаментальної) підготовки	30	
ОК 6	Мікроекономіка	5	Іспит
ОК 7	Макроекономіка	5	Іспит
ОК 8	Вища математика та теорія ймовірності	5	Залік /Іспит
ОК 9	Економіко-математичні методи і моделі	5	Залік
ОК 10	Сучасні мультимедійні технології	5	Іспит
ОК 11	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві	5	Іспит
	1.3 Цикл дисциплін базової та загально-професійної підготовки	45	
ОК 12	ЗЕД підприємства	5	Іспит
ОК 13	Економіка підприємств	5	Іспит
ОК 14	Менеджмент	5	Іспит
ОК 15	Маркетинг	5	Іспит
ОК 16	Фінанси, гроші і кредит	5	Іспит
ОК 17	Бухгалтерський облік	5	Іспит
ОК 18	Інформаційні фахові технології	5	Іспит
ОК 19	Статистика	5	Іспит
ОК 20	Аналіз господарської діяльності	5	Іспит
	1.4 Цикл дисциплін професійної підготовки	50	
ОК 21	Ринкова інфраструктура	5	Іспит
ОК 22	Маркетинг послуг	5	Іспит
ОК 23	Маркетингова в малому бізнесі	5	Іспит
ОК 24	Поведінка споживача	5	Іспит
ОК 25	Маркетингове ціноутворення	5	Іспит
ОК 26	Логістика	5	Іспит
ОК 27	Аграрний маркетинг	5	Іспит
ОК 28	Маркетингові комунікації	5	Іспит
ОК 29	Маркетингові дослідження	5	Іспит

ОК 30	Маркетинг товарна політика	5	Іспит
Загальний обсяг нормативних дисциплін		150	
Практична підготовка (ВПП) та ДК			
ОК 31.	Навчальна практика	12	
ОК 32.	Виробнича практика	6	
ОК 33.	Фахове стажування та державна атестація	12	
Усього		30	
2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
<p><i>*Перелік вибіркового освітніх компонентів визначається за певним освітнім рівнем підготовки здобувачів вищої освіти, відповідно до Положення СНАУ «Про вибірково навчальні дисципліни». Вибіркові дисципліни кратні 5,0 кредитам ЄКТС.</i></p> <p><i>Вибіркові навчальні дисципліни складаються з 3-х блоків:</i></p> <p><i>2.1. Перелік загально-університетських вибіркового дисциплін (посилання знаходиться на сайті університету).</i></p> <p><i>2.2. Перелік вибіркового дисциплін загальної підготовки за ОП факультету (посилання знаходиться на сайті факультету).</i></p> <p><i>2.3. Перелік вибіркового дисциплін фахової підготовки (посилання знаходиться на сторінці кафедри).</i></p>			
2.1 Цикл загальноуніверситетських вибіркового дисциплін загальної підготовки			
ВК 1	Фізичне виховання (за руховою активністю)	5	Залік
ВК 2	Іноземна фахова мова (за вибором)	5	Залік
ВК 3	Вибіркова дисципліна (4 сем)	5	Залік
ВК 4	Вибіркова дисципліна (6 сем)	5	Залік
2.2 Цикл дисциплін загальної підготовки для спеціальностей факультету			
ВК 5	Вибіркова дисципліна (3 сем)	5	Іспит
ВК 6	Вибіркова дисципліна (4 сем)	5	Іспит
ВК 7	Вибіркова дисципліна (5 сем)	5	Залік
ВК 8	Вибіркова дисципліна (6 сем)	5	Залік
2.3 Цикл вибіркового дисциплін фахової підготовки			
ВК 9	Вибіркова дисципліна (7 сем)	5	Залік
ВК 10	Вибіркова дисципліна (7 сем)	5	Залік
ВК 11	Вибіркова дисципліна (8 сем)	5	Іспит
ВК 12	Вибіркова дисципліна (8 сем)	5	Залік
Загальний обсяг вибіркового компонент:		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	

I. Дисципліни загальної підготовки до всіх спеціальностей факультету:

Шифр	Назва дисципліни	Семестр	Мінімальна кількість кредитів/годин	Форма підсумкового контролю	Кафедра
ВК 5	Політекономія	3	5/150	Іспит	економіки та підприємництва
	Теорія організацій				менеджменту
	Регіональна економіка				публічного управління та адміністрування
	Економетрика				кібернетики та інформатики
	Загальні основи організації господарського обліку				обліку і оподаткування
	Фінанси природокористування				фінансів, банківської справи та страхування
	Ораторське мистецтво та комунікації				маркетингу та логістики
ВК 6	Управління витратами	4	5/150	Іспит	фінансів, банківської справи та страхування
	Економіка праці і соціально-трудові відносини				економіки та підприємництва
	Податкова система				менеджменту
	Основи бізнес-аналітики				обліку і оподаткування
	Ціни та ціноутворення				кібернетики та інформатики
	Соціальна політика				маркетингу та логістики
					публічного управління та адміністрування
ВК 7	Організація роботи публічної служби	5	5/150	Залік	публічного управління та адміністрування
	Нормування і оплата праці				економіки та підприємництва
	Оподаткування підприємств АПК				обліку і оподаткування
	Планування і контроль на підприємстві				економіки та підприємництва
	Фінансовий аналіз				маркетингу та логістики
	Міжнародна торгівля				менеджменту
	Брендинг				маркетингу та логістики
ВК 8	Електронна комерція	6	5/150	Залік	кібернетики та інформатики
	Соціальна відповідальність бізнесу				публічного управління та адміністрування
	Маркетинг територій				маркетингу та логістики
	Інформаційні технології в формуванні управлінської звітності				обліку і оподаткування
	Управління якістю				менеджменту
	Організація публічних закупівель				фінансів, банківської справи та страхування
	Біоекономіка та сталий розвиток				економіки та підприємництва

II. Параметри дисциплін:

- 5 кредитів
- 60 аудиторних занять, з яких 30 / 30 лк / пз
- 90 год. самостійна робота студента

III. До вибіркових дисциплін загальної і фахової підготовки підготувати короткі анотації (відповідно до змісту табл. відділу якості) і розширені анотації для детального ознайомлення студентів зі змістом дисциплін.

2.3. Дисципліни професійної підготовки:

Шифр	Н/д	Семестр	Мінімальна кількість кредитів/годин	Форма підсумкового контролю	Кафедра
ОК 9	Діджитал маркетинг	7	5/150	Залік	Маркетингу та логістики
	Цифровий маркетинг				Маркетингу та логістики
	Інтернет маркетинг				Маркетингу та логістики
ОК 10	Маркетинг промислового підприємства	7	5/150	Залік	Маркетингу та логістики
	Маркетинг агропромислових формувань				Маркетингу та логістики
ОК11	Маркетингове планування і контроль	8	5/150	Іспит	Маркетингу та логістики
	Маркетинговий аудит				Маркетингу та логістики
ОК12	Паблік рілейшнз	8	5/150	Залік	Маркетингу та логістики
	HR - маркетинг				Маркетингу та логістики

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	%
1. Обов'язкові компоненти ОПП										
Цикл дисциплін гуманітарної підготовки	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
Цикл дисциплін природничо-наукової (фундаментальної) підготовки	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві (іспит – 5 кредитів) Сучасні мультимедійні технології (залік)	Мікроекономіка (іспит - 5 кредитів) Вища математика та теорія ймовірності (іспит, залік – 5 кредитів) Економіко-математичні методи і моделі (залік – 5 кредитів) Сучасні мультимедійні технології (іспит)	Макроекономіка (іспит – 5 кредитів)	Математичне програмування (іспит – 5 кредитів)					35	14,6
Цикл дисциплін базової та загально-професійної підготовки			Статистика (іспит - 5 кредитів)	ЗЕД підприємства (іспит - 5 кредитів) Фінанси,	Економіка підприємств (іспит - 5 кредитів)	Аналіз господарської діяльності (іспит - 5 кредитів)			40	16,7

				гроші і кредит (іспит - 5 кредитів) Інформаційні фахові технології (іспит - 5 кредитів)	Менеджмент (іспит - 5 кредитів) Маркетинг (іспит - 5 кредитів) Бухгалтерськи й облік (іспит - 5 кредитів)					
Цикл дисциплін професійної підготовки						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
Практична підготовка (ВПП) та ДК		Навчальна практика (6 кредити)		Навчальна практика (6 кредити)		Виробнича практика (6 кредитів)		Фахове стажування (9 кредити) Державна атестація (3 кредити)	30	12,5
Загальний обсяг обов'язкових компонент	20	31	15	21	20	26	20	27	180	75
2. Вибіркові компоненти ОПП										
Загальний обсяг вибіркового компонента									60	25
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП									240	100

