

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

*Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
ступеня вищої освіти Бакалавр
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр маркетингу*

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради


Валентина АРАНЧІЙ

(протокол № 9 від 26.09 2023 р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 01 вересня 2023 р.

В.о. ректора  Валентина АРАНЧІЙ

(наказ № 97 від 28.09 2023 р.)

Полтава 2023 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Проректор з науково-педагогічної роботи



Олена КОСТЕНКО

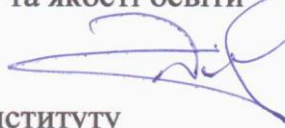
Керівник навчально-наукового центру



Людмила ШУЛЬГА

забезпечення освітньої діяльності та якості освіти

Начальник навчального відділу



Андрій ДОРОШЕНКО

Директор Навчально-наукового інституту

економіки, управління, права та

інформаційних технологій



Алла СВІТЛИЧНА

Гарант програми



Іван ТЕРЕЩЕНКО

ВНЕСЕНО

Кафедрою маркетингу

Протокол № 16 від 21 лютого 2023 р.

Завідувач кафедри



Володимир ПИСАРЕНКО

СХВАЛЕНО

Ради з якості вищої освіти спеціальності «Маркетинг»

Протокол № 6 від 22 лютого 2023 р.

Голова ради з якості вищої освіти

спеціальності «Маркетинг»



Вікторія ДАНИЛЕНКО

СХВАЛЕНО

Вченою радою ННІ ЕУПІТ

Протокол № 6 від 27 лютого 2023 р.

Голова вченої ради



Алла СВІТЛИЧНА

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг розроблена згідно з вимогами Закону України «Про вищу освіту» № 1556 – VII від 01.07.2014 р. зі змінами від 26.02.2021 р., Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 зі змінами від 02.07.2020 р., наказу МОН України «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» від 05.12.2018 р. №1343.

Програма відповідає першому (бакалаврському) рівню вищої освіти та шостому кваліфікаційному рівню за Національною рамкою кваліфікацій.

Освітня програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус програми, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавр, перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, нормативний і варіативний зміст підготовки фахівця, сформульований у термінах результатів навчання та вимоги до контролю якості вищої освіти.

Розроблено робочою групою з розроблення освітньої програми у складі:

1. ТЕРЕЩЕНКО Іван, к.е.н., доцент.
2. ДАНИЛЕНКО Вікторія, к.е.н., доцент.
3. БОРОВИК Тетяна, к.е.н., доцент.
4. КРАМАРЕНКО Сергій, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг, СВО Бакалавр.
5. ПУНЬКО Олександр, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг, СВО Бакалавр.
6. СЕМЕНКОВА Анастасія, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг, СВО Бакалавр.
7. АЛЕКСАШИН Євгеній, Керівник регіонального підрозділу ТОВ «ТД Ресурс» у Полтавській області

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

БАКУМ Сергій

Директор ТОВ «Українське зерно», м. Полтава

ГУРІНА Аліна

Директор маркетингового агентства «AG PR»,
м. Полтава

ВАСІН Олександр

Начальник відділу маркетингу та реклами
ФК «Ворскла», м. Полтава

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Полтавський державний аграрний університет, навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання - 4 навчальних роки на базі повної загальної середньої освіти. Диплом бакалавра, одиничний, 180 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 навчальні роки на базі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст».
Форми навчання	Інституційна (очна (денна))
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України, наказ МОН України № 821 від 12 червня 2019 року. Україна Сертифікат серія АД, № 17011194, термін липня до 1 липня 2024 р.
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність: повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС. На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» Університет має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.
Мова викладання	Державна
Термін дії освітньо-професійної програми	до 1 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.pdau.edu.ua/content/zmist-pidgotovky-zvo-za-osvitno-profesinyoyu-programoyu-marketyng-pershogo-rivnya-0
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Формування висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу суб'єктів господарювання різних розмірів та організаційно-правових форм у відповідності до потреб національної економіки.	
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг <i>Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</i> <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними

	<p>компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><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.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>	
Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Освітньо-професійна академічна з практико-орієнтованим навчанням</p> <p>Програма орієнтована на загальновідомі положення та результати сучасних наукових досліджень з маркетингу.</p>	
Основний фокус освітньо-професійної програми	<p>Загальна освіта в галузі управління та адміністрування.</p> <p>Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності підприємств з акцентом на аграрну галузь.</p> <p>Ключові слова: ринок, маркетинг, ціноутворення, товарна політика, маркетингові комунікації, реклама, СММ, інновації, логістика, ефективність.</p>	
Особливості освітньо-професійної програми	<p>Освітньо-професійна програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу. Особливість програми полягає у вивченні маркетингу, як сучасної концепції управління бізнесом з акцентом на економічних процесах, плануванні і оцінюванні маркетингової діяльності організацій аграрної сфери, враховуючи вимоги ринку праці і діджиталізацію маркетингового середовища.</p>	
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
Придатність до працевлаштування	<p>Відповідно до національного класифікатору України: Класифікатор професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності:</p>	
	Назва і шифр професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
	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

	<p>закупівель</p> <p>2419.2 Фахівець із сертифікації та стандартизації та якості</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p> <p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю</p> <p>2441. Маркетолог</p> <p>2441. Мерчандайзинг</p> <p>2441. Експерт зі збуту</p> <p>2441. Агент</p> <p>2441. Бренд-менеджер</p>
3415. Технічні та торговельні представники	<p>Агент</p> <p>Агент комерційний. Агент роз'їздний.</p> <p>Агент технічний</p> <p>Мерчендайзер</p> <p>Представник торговельний</p> <p>Торговець комерційний</p> <p>Торговець роз'їздний</p> <p>Торговець промисловий</p> <p>Торговець технічний</p>
3419. Інші фахівці в галузі фінансів та торгівлі	<p>Організатор з постачання</p> <p>Організатор із збуту</p>
3429. Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери	<p>Агент рекламний.</p> <p>Представник з реклами</p> <p>Ревізор комерційний</p> <p>Торговець (обслуговуванні бізнесу та реклами)</p>
Подальше навчання Академічні права випускників	<p>Можливість навчання за програми: НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.</p> <p>Можливість набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта, електронне навчання в системі Moodle (CASE-study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних).</p> <p>Інтерактивні технології навчання (проблемні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, інноваційні, контекстні навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень тощо).</p> <p>Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів тощо.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань.</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних, практичних, семінарських занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань та за виконання самостійної роботи.</p> <p>Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти.</p> <p>Семестровий контроль проводиться у формах екзамену або</p>

	заліку (диференційованого заліку) з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі атестаційного екзамену.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<p>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти спеціальності:</p> <p>ЗК 1. 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>ЗК 2. 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>ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>Компетентності, визначені ПДАУ:</p> <p>ЗК 15. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.</p>
Фахові компетентності (ФК)	<p>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти спеціальності:</p> <p>ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на</p>

	<p>основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>Компетентності, визначені ПДАУ:</p> <p>ФК 15. Здатність застосовувати знання та розуміння проблем предметної області з основ економіки, фінансів та оцінювання результатів підприємницької діяльності в аграрній сфері (чи організацій аграрної сфери).</p> <p>ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.</p> <p>ФК 17. Здатність використовувати теоретичні положення діджитал-маркетингу, проваджувати маркетингову діяльність у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами.</p>
--	---

7 – Програмні результати навчання

	<p>Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти спеціальності:</p> <p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p>
--	--

	<p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>Програмні результати навчання визначені ПДАУ:</p> <p>ПРН 19. Знати основи економіки та фінансів, вміти оцінювати результати підприємницької діяльності.</p> <p>ПРН 20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.</p> <p>ПРН 21. Знати теоретичні основи діджитал-маркетингу, володіти практичними навичками із провадження маркетингової діяльності у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: кандидати економічних наук, доценти.

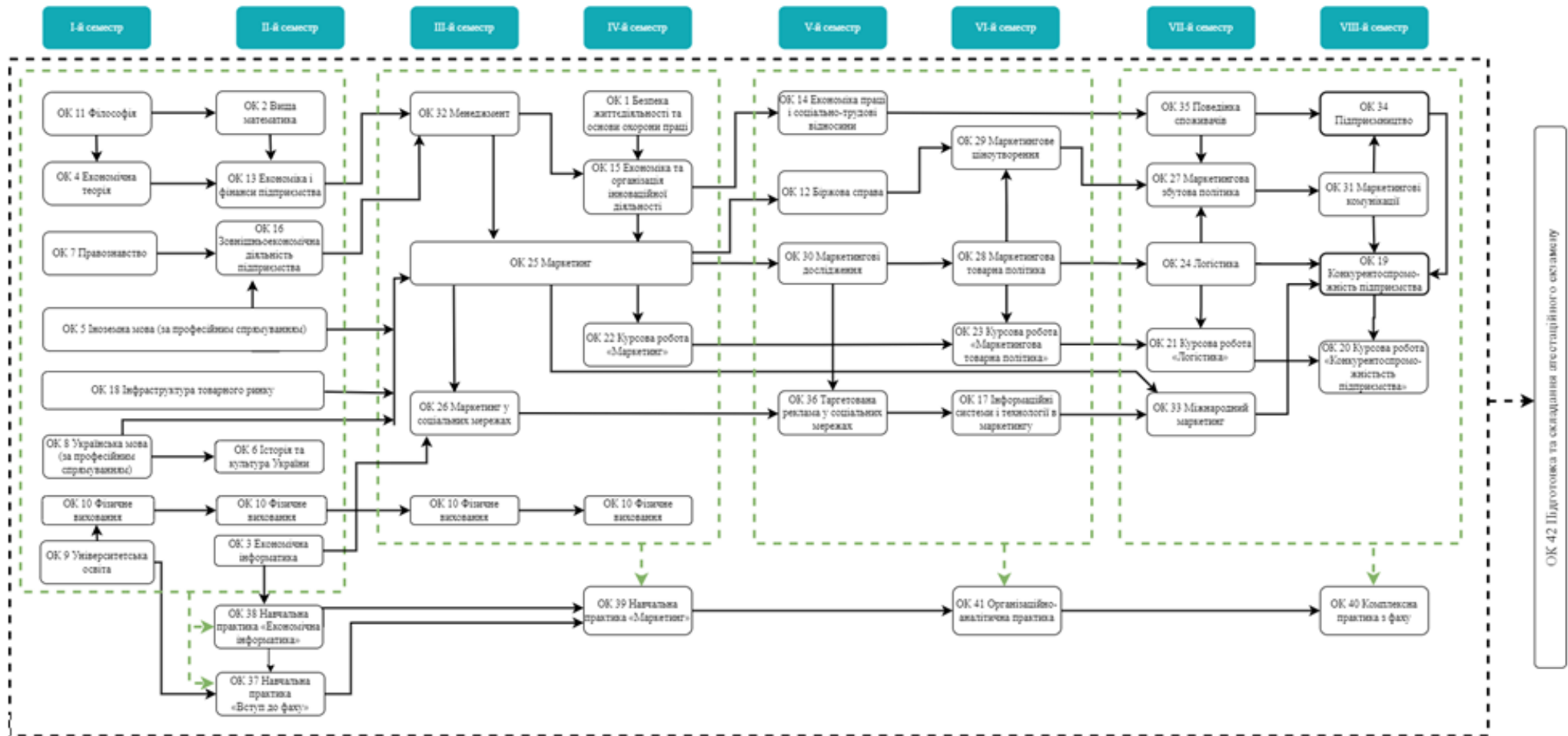
	<p>Усі розробники є штатними співробітниками Полтавського державного аграрного університету</p> <p>Гарант освітньо-професійної програми – кандидат економічних, доцент. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають освітній, професійній кваліфікації та досягненням у професійній діяльності згідно Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності; професіонали-практики та інші стейкхолдери.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники здійснюють підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Також підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається шляхом неформальної, інформальної освіти за рахунок участі у професійних тренінгах, семінарах, вебінарах, майстер-класах тощо.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, зокрема: навчальні приміщення; комп'ютерні класи (лабораторії); спортивний зал, спортивні майданчики; бібліотека, читальний зал; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; приміщення для науково-педагогічних працівників; гуртожитки; пункти харчування; та ін.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та включає:</p> <p>бібліотеку, читальний зал з достатнім фондом навчальної, наукової літератури та фахових періодичних видань;</p> <p>електронну бібліотеку ПДАУ: http://lib.pdau.edu.ua/;</p> <p>офіційний сайт ПДАУ: https://www.pdau.edu.ua/;</p> <p>віртуальне навчальне середовище;</p> <p>необмежений доступ до мережі Інтернет, точки бездротового доступу до мережі;</p> <p>корпоративну пошту;</p> <p>навчальні та робочі плани;</p> <p>графіки навчального процесу;</p> <p>комплекси навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін;</p> <p>наскрізну програму практики;</p> <p>електронний ресурс, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану;</p> <p>методичні вказівки щодо виконання курсових робіт;</p> <p>програму атестації;</p> <p>репозитарій ПДАУ та ін.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На основі договорів між Полтавським державним аграрним університетом та закладами вищої освіти України</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на підставі Закону України «Про вищу освіту».</p>

2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код ОК	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, атестаційний екзамен)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	екзамен
ОК 2	Вища математика	5	екзамен
ОК 3	Економічна інформатика	3	залік
ОК 4	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 5	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік, екзамен
ОК 6	Історія та культура України	4	екзамен
ОК 7	Правознавство	3	екзамен
ОК 8	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 9	Університетська освіта	3	залік
ОК 10	Фізичне виховання	4	залік
ОК 11	Філософія	3	залік
ОК 12	Біржова справа	3	залік
ОК 13	Економіка і фінанси підприємства	4	залік
ОК 14	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	екзамен
ОК 15	Економіка та організація інноваційної діяльності	4	екзамен
ОК 16	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	залік
ОК 17	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	екзамен
ОК 18	Інфраструктура товарного ринку	6,5	залік, екзамен
ОК 19	Конкурентоспроможність підприємства	4,5	екзамен
ОК 20	Курсова робота «Конкурент-сть підприємства»	3	диф. залік
ОК 21	Курсова робота «Логістика»	3	диф. залік
ОК 22	Курсова робота «Маркетинг»	3	диф. залік
ОК 23	Курсова робота «Маркетингова товарна політика»	3	диф. залік
ОК 24	Логістика	4,5	екзамен
ОК 25	Маркетинг	7,5	залік, екзамен
ОК 26	Маркетинг у соціальних мережах	4,5	екзамен
ОК 27	Маркетингова збутова політика	4	екзамен
ОК 28	Маркетингова товарна політика	4,5	екзамен
ОК 29	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 30	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 31	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОК 32	Менеджмент	5	екзамен
ОК 33	Міжнародний маркетинг	3	залік
ОК 34	Підприємництво	5	екзамен
ОК 35	Поведінка споживачів	3	залік
ОК 36	Таргетована реклама в соціальних мережах	3,5	екзамен
ОК 37	Навчальна практика «Вступ до фаху»	4,5	диф. залік
ОК 38	Навчальна практика «Економічна інформатика»	3	диф. залік
ОК 39	Навчальна практика «Маркетинг»	9	диф. залік
ОК 40	Комплексна практика з фаху	6	диф. залік
ОК 41	Організаційно-аналітична практика	9	диф. залік
ОК 42	Підготовка та складання атестаційного екзамену	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Загальний обсяг вибірових компонентів		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестаційний екзамен.
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Документи про вищу освіту замовляються і видаються випускникам Університету, які виконали у повному обсязі навчальний план за освітньою програмою і були атестовані екзаменаційною комісією. В університеті видається документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти Бакалавр із присвоєнням кваліфікації бакалавр маркетингу

6. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Університеті функціонує система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм, з 11 обов'язковим залученням до цього процесу представників роботодавців, здобувачів вищої освіти та інших стейкхолдерів;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному сайті Університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи здобувачів вищої освіти, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективного системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

7. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Закон України «Про вищу освіту» № 1556-VII в редакції від 06.06.2019.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення 22.12.2021).

2. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600. (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 01.10.2019 р. № 1254).
URL: http://edu-mns.org.ua/img/news/8635/NakMON_1254_19.pdf (дата звернення 23.12.2021).

3. Методичні рекомендації з розроблення освітньої (освітньо-професійної, освітньо-наукової) програми I-III рівнів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті. URL: https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/metodychnirekoomendaciyizrozr_oblennyaosvitnoyiosvitno-profesiynoyiosvitno-naukovoyiprogramyi_0.pdf (дата звернення 23.12.2021).

4. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003: 2010 зі змінами і доповненнями. URL: <https://buhgalter911.com/uk/spravochniki/klassifikatory/statisticheskie-klassifikatory/klasifikator-profesiy-kp950586.html> (дата звернення 23.12.2021).

5. Національна рамка кваліфікацій, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF> (дата звернення 23.12.2021).

6. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF> (дата звернення 23.12.2021).

7. Положення про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/10012021polozhennyaproosvitniyprocespravlene.pdf> (дата звернення 23.12.2021).

8. Положення про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/5555/polozhennyaprosvzyaopdau100122.pdf> (дата звернення 10.01.2022).

9. Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ступеня Бакалавр галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальність 075 Маркетинг. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>;

10. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів. URL: <http://www.unideusto.org/tuningeu> (дата звернення 23.12.2021).