

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

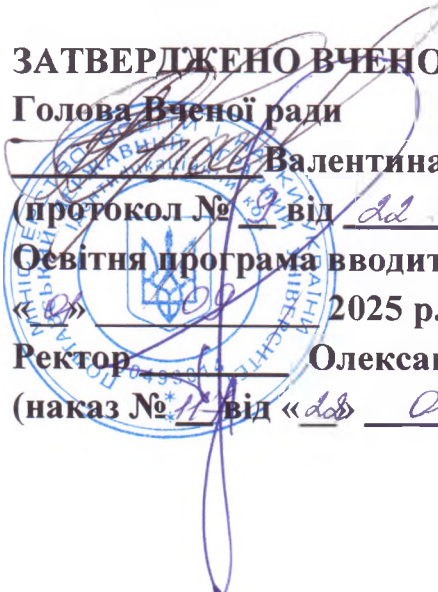
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ
(MARKETING)

*Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право*

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

 Валентина АРАНЧІЙ
(протокол № 3 від 22.04 2025 р.)

Освітня програма вводиться в дію з
«01» _____ 2025 р.

Ректор Олександр ГАЛИЧ
(наказ № 11 від «22» 04 2025 р.)

Полтава 2025 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Проректор з науково-педагогічної роботи



Андрій ДОРОШЕНКО

Керівник відділу моніторингу та забезпечення
якості освіти



Інна ЛАВРІНЕНКО

Начальник навчального відділу



Віктор ЛЯШЕНКО

Директор навчально-наукового інституту
економіки, управління, права та
інформаційних технологій



Дмитро ДЯЧКОВ

Гарант програми



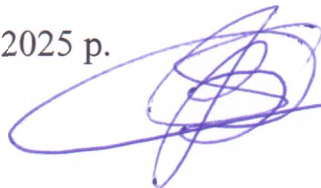
Володимир ПИСАРЕНКО

ВНЕСЕНО

Кафедрою маркетингу

Протокол № 20 від 18 березня 2025 р.

Завідувач кафедри



Володимир ПИСАРЕНКО

СХВАЛЕНО

Радою з якості вищої освіти спеціальності «Маркетинг»

Протокол № 7 від 19 березня 2025 р.

Голова ради з якості вищої освіти
спеціальності



Вікторія ДАНИЛЕНКО

СХВАЛЕНО

Вченою радою навчально-наукового інституту
економіки, управління, права та
інформаційних технологій

Протокол № 8 від 24 березня 2025 р.

Голова вченої ради



Дмитро ДЯЧКОВ

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою з розроблення освітньої програми у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові члена робочої групи з розроблення освітньої програми	Науковий ступінь, вчене звання (для НПП / НП), назва освітньої програми, рівень вищої освіти (для здобувачів вищої освіти)	Посада, назва закладу вищої освіти / установи / організації, місце її розташування
Писаренко Володимир Вікторович, <i>гарант</i>	доктор економічних наук, професор	завідувач кафедри маркетингу, професор Полтавський державний аграрний університет
Шульга Людмила Володимирівна	кандидат економічних наук, професор	професор кафедри маркетингу, Полтавський державний аграрний університет
Дядик Тетяна Василівна	кандидат економічних наук, доцент	доцент кафедри маркетингу, Полтавський державний аграрний університет
Крамаренко Сергій Олександрович	освітня програма «Маркетинг», другий (магістерський) рівень вищої освіти	здобувач вищої освіти, Полтавський державний аграрний університет, м.Полтава
Мірошніченко Олександр Миколайович	освітня програма «Маркетинг», другий (магістерський) рівень вищої освіти	здобувач вищої освіти, Полтавський державний аграрний університет, м.Полтава
Свіжевський Микита Романович	освітня програма «Маркетинг», другий (магістерський) рівень вищої освіти	здобувач вищої освіти, Полтавський державний аграрний університет, м.Полтава
Сенько Інна Михайлівна		начальник відділу маркетингу ПДАУ
Терещенко Віолета Олександрівна		випускниця ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг, СВО Магістр, PR- менеджерка 1+1 media.

Рецензії зовнішніх стейкхолдерів:

Прізвище, ім'я, по батькові рецензента	Посада, назва установи / організації, місце її розташування
Бакум Сергій Анатолійович	Директор ТОВ «Українське зерно», м. Полтава
Борисенко Володимир Анатолійович	Президент Полтавської торгово-промислової палати, м. Полтава
Устік Тетяна Володимирівна	Доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету, м. Суми, Сумська обл.

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти, навчально-наукового інституту, кафедри, відповідальної за реалізацію за освітньої програми	Полтавський державний аграрний університет, навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг Marketing
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не присвоюється
Кваліфікація у дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Форма здобуття освіти та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Інституційна (очна (денна), заочна) Розрахунковий строк виконання освітньої програми заочною (денною) формою здобуття освіти – 1 рік 4 місяці Розрахунковий строк виконання освітньої програми заочною (заочною) формою здобуття освіти – 1 рік 4 місяці
Мова викладання	Державна, іноземна (англійська для окремих ОК)
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, EQF-LLL – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл.
Тип диплома та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Сертифікат № 1134 про акредитацію освітньої програми «Маркетинг». 075 Маркетинг. Другий (магістерський) рівень. Дата видачі сертифіката про акредитацію ОП 29.01.2021 р. Строк дії сертифіката про акредитацію ОП 01.07.2026 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.pdau.edu.ua/content/zmist-pidgotovky-zvo-za-osvitnim-stupenem-magistr-zi-specialnosti-marketyng-opp-marketyng
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка кваліфікованих професіоналів маркетингу для аграрного бізнесу, які володіють системою сучасних знань з теорії й методології маркетингу та практичними навичками управління агропродовольчими ланцюгами створення цінності, здатні розробляти і реалізовувати комплексні маркетингові стратегії для виробників, переробників, трейдерів і сервісних компаній. Програма орієнтована на роботу в умовах сезонності, цінової волатильності, природно-кліматичних ризиків, міжнародної	

конкуренції та регуляторних вимог до безпечності й простежуваності продукції, діджиталізації маркетингової діяльності та крос-функціональної взаємодії. Випускники вміють вирішувати складні проблеми управління маркетингом в аграрній сфері, застосовуючи аналітику даних, креативне мислення та інноваційні підходи до формування споживчої й суспільної цінності на внутрішніх і зовнішніх ринках.

3 – Характеристика освітньо-професійної програми

Предметна область (галузь спеціальність)	Галузь знань – D Бізнес, адміністрування та право спеціальність – D5 Маркетинг. <i>Об’єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв’язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <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.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна академічна з елементами наукового пошуку. Програма орієнтована на основні напрями професійної діяльності маркетологів, у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар’єра в області стратегічного маркетингу, діджитал-маркетингу, брендингу, в тому числі в підприємств аграрного бізнесу.
Основний фокус освітньо-професійної програми	Програма сфокусована на підготовці професіоналів у сфері агромаркетингу, які відповідають сучасним вимогам ринку праці та здатні застосовувати принципи, завдання і функції маркетингового управління у взаємовідносинах із цільовими ринками сільськогосподарської сировини та продуктів переробки. Наголос зроблено на формуванні конкурентних товарних і брендових пропозицій для сегментів B2B і B2C, управлінні каналами збуту, ціноутворенні з урахуванням біржових індикаторів і волатильності, розвитку логістики, впровадженні цифрового маркетингу, e-commerce та аналізу даних для прийняття управлінських рішень, а також урахуванні

	принципів сталості та ESG у агропродовольчих ланцюгах. Ключові слова: маркетинговий аналіз, стратегічний і діджитал-маркетинг, логістичний менеджмент, маркетинговий менеджмент в АПК, бренд-стратегії, сталий розвиток та ESG.
Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма побудована на результатах передових досліджень і практики сучасного управління агропродовольчими ринками та забезпечує поглиблене вивчення дисциплін предметної області. Програма є практично орієнтованою: передбачає опанування комплексу загальних і спеціальних компетентностей у маркетингу аграрного бізнесу, виконання проєктів для реальних компаній (фермерські господарства, переробні підприємства, трейдери, дистриб'ютори), та стажування. Вона спрямована на розвиток здатності до постійного професійного самовдосконалення на основі системного мислення і творчого підходу до розв'язання складних спеціалізованих завдань: дослідження аграрних ринків і споживачів, розробка стратегій виходу на експортні ринки, управління брендами походження, впровадження цифрових інструментів (CRM/ERP, маркетплейси). Програма враховує вплив глобальних тенденцій, діджиталізацію, кліматичні та регуляторні ризики, підтримує підприємницькі ініціативи, співпрацю з професійними асоціаціями та залучення до навчання провідних науковців і практиків галузі.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідно до національного класифікатору України: Класифікатор професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть працювати: 1210 Керівники підприємств, установ та організацій 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі 1453.1 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами 1453.2 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами

	1475 Менеджери (управителі) з права, бухгалтерського обліку, досліджень ринку, вивчення суспільної думки, консультацій з питань комерційної діяльності та управління 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності
Подальше навчання Академічні права випускників	Можливість навчання за програмами: 8 рівня НРК України, третього циклу QF-EHEA, 8 рівня EQF-LLL. Можливість набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта, електронне навчання в системі Moodle (CASE-study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних). Інтерактивні технології навчання (проблемні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, інноваційні, контекстні навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень тощо). Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів тощо.
Оцінювання	Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. 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. Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Семестровий контроль проводиться у формах екзамену або заліку (диференційованого заліку) з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі

	захисту кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	Компетентності, визначені стандартом вищої освіти спеціальності: ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Фахові компетентності (ФК)	Компетентності, визначені стандартом вищої освіти спеціальності: ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. Компетентності, визначені ПДАУ: ФК 10. Здатність розробляти стратегію і тактику соціального партнерства у сфері маркетингу, здійснювати соціально-орієнтований супровід маркетинг-мікс підприємств. ФК 11. Здатність застосовувати професійні ідеї та концепції для розв'язання конкретних маркетингових

		задач аграрного бізнесу, формування бренд-стратегій.
7 – Програмні результати навчання		
Результати навчання (ПРН)		<i>Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти спеціальності:</i> ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. <i>Програмні результати навчання, визначені ПДАУ:</i> ПРН 16. Вміти діагностувати маркетингову діяльність

	підприємств аграрного бізнесу та розробляти обґрунтовані програми її удосконалення з урахуванням сезонності та волатильності цін, здійснювати їх консультування щодо: маркетингових і бренд-стратегій, торговельних і логістичних рішень, цифрового маркетингу, аналітики та інтеграції ESG-вимог. ПРН 17. Вміти розробляти заходи з підвищення іміджу підприємств, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани підприємств агробізнесу.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: 1 доктор економічних наук, професор, 2 кандидати економічних наук, доценти. Усі розробники є штатними співробітниками Полтавського державного аграрного університету. Гарант освітньо-професійної програми: доктор економічних наук, професор. 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. 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.
Матеріально-технічне забезпечення	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; тощо.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та включає: - бібліотеку, читальний зал з достатнім фондом навчальної, наукової літератури та фахових періодичних видань; - електронну бібліотеку ПДАУ: http://lib.pdau.edu.ua/; - офіційний сайт ПДАУ: https://www.pdau.edu.ua/; - віртуальне навчальне середовище; - необмежений доступ до мережі Інтернет, точки бездротового доступу до мережі; - корпоративну пошту; - навчальні та робочі плани; - графіки навчального процесу; - комплекси навчально-методичного забезпечення

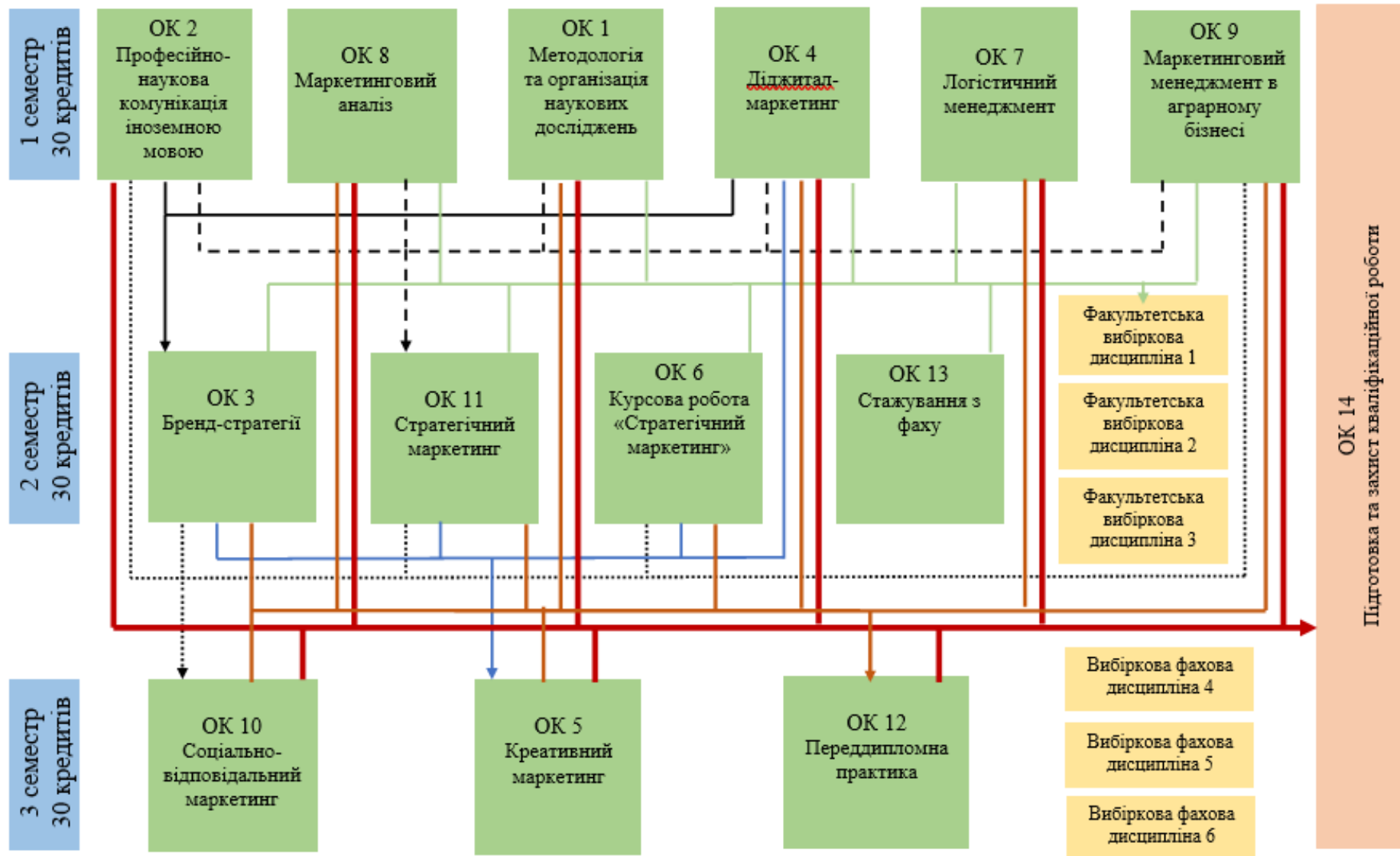
	навчальних дисциплін; наскрізну програму практики; електронний ресурс, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану; методичні вказівки щодо виконання курсової роботи, кваліфікаційної роботи; програму атестації; репозитарій ПДАУ та ін.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Полтавським державним аграрним університетом та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на підставі Закону України «Про вищу освіту».

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 проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 2	Професійно-наукова комунікація іноземною мовою	3	залік
ОК 3	Бренд-стратегії	4,5	екзамен
ОК 4	Діджитал-маркетинг	4	залік
ОК 5	Креативний маркетинг	4,5	екзамен
ОК 6	Курсова робота «Стратегічний маркетинг»	3	диф. залік
ОК 7	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 8	Маркетинговий аналіз	4	екзамен
ОК 9	Маркетинговий менеджмент в аграрному бізнесі	4,5	екзамен
ОК 10	Соціально-відповідальний маркетинг	4,5	екзамен
ОК 11	Стратегічний маркетинг	3	екзамен
ОК 12	Переддипломна практика	6	диф. залік
ОК 13	Стажування з фаху	6	залік
ОК 14	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	12	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Загальний обсяг вибірових компонентів		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена в репозитарії ПДАУ. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Відповідно до Положення про порядок замовлення, видачі та обліку документів про вищу освіту та додатку до диплома європейського зразка (DIPLOMA SUPPLEMENT) у Полтавському державному аграрному університеті видається документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти магістр із присвоєнням кваліфікації магістр маркетингу

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

[illegible]

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентам освітньо-професійної програми**

Код ОК ПРН	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14
ПРН 1	•				•			•		•		•	•	•
ПРН 2	•				•				•			•	•	•
ПРН 3	•					•			•		•	•	•	•
ПРН 4						•					•	•	•	•
ПРН 5	•	•				•					•	•	•	•
ПРН 6			•	•	•		•					•	•	•
ПРН 7			•		•		•					•	•	•
ПРН 8		•							•	•		•	•	•
ПРН 9			•	•	•							•	•	•
ПРН 10			•						•			•	•	•
ПРН 11						•		•			•	•	•	•
ПРН 12						•			•		•	•	•	•
ПРН 13							•					•	•	•
ПРН 14							•			•		•	•	•
ПРН 15	•			•				•				•	•	•
ПРН 16			•	•		•	•	•		•	•	•	•	•
ПРН 17										•		•	•	•

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 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 ефективної 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>.
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.
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/metodychnirekoomendaciyi_zrozoblennyaosvitnoyiosvitno-profesiynoyiosvitno-naukovoyiprogramyi_0.pdf.
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>.

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>.

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>.

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

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_0.pdf.

9. Стандарт вищої освіти України другого (магістерського) рівня вищої освіти ступеня Магістр галузі знань 07 Управління та адміністрування спеціальність 075 Маркетинг. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/07/12/075-marketing-magistr.pdf>;

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