

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг

першого рівня вищої освіти

**за спеціальністю 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр маркетингу**

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ АКАДЕМІЇ



Голова Вченої ради
_____ В. І. Аранчій
(протокол № 17 від 23 квітня 2019 р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 1 вересня 2019 р.
Ректор _____ В. І. Аранчій
(наказ № 70 від 26 квітня 2019 р.)

**Полтава
2019**

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Проректор з науково-педагогічної роботи

 О.М. Костенко

Начальник навчального відділу

 Л.В. Шульга

Декан факультету

О.А. Галич

Гарант програми

 Н.А. Герасимчук


ВНЕСЕНО

Кафедрою маркетингу
Протокол № 18 від 11 березня 2019 р.
Завідувач кафедри

 В.В. Писаренко

СХВАЛЕНО

Науково-методичною радою спеціальності «Маркетинг»
Протокол № 7 від 19 березня 2019 р.
Голова науково-методичної ради

 Т.В. Дядик

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету економіки та менеджменту
Протокол № 8 від 22 квітня 2019 р.
Голова вченої ради

 О. А. Галич

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Герасимчук Наталія Андріївна, д.е.н., професор.
2. Даниленко Вікторія Іванівна, к.е.н., доцент.
3. Терещенко Іван Олексійович, к.е.н., доцент.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Лук'яненко Г.В. Генеральний директор ПП «Агроекологія» Шишацького району Полтавської області

Іщенко Н.В. Маркетолог ТОВ АФ «Маяк» Котелевського району Полтавської області

Каплін Д.С. Співзасновник PR-агентства Yoda Consult м. Полтава

I. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Полтавська державна аграрна академія, факультет економіки та менеджменту, кафедра маркетингу
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 роки
Наявність акредитації	Впроваджується вперше у 2017 р.
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність: повної загальної середньої освіти ступеня молодшого спеціаліста (молодшого бакалавра)
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	5 років до 31.08.2022 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/4919/opp2019.pdf
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)	<p>Галузь знань – 07 Управління та адміністрування Спеціальність – 075 Маркетинг</p> <p><i>Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</i></p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними 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 з практико-орієнтованим навчанням (прикладна орієнтація).</p> <p>Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингу.</p>
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	<p>Загальна (академічна) освіта.</p> <p>Програма ґрунтується на фундаментальній ринковій та загальноекономічній освіті, пропонує комплексний підхід до маркетингової діяльності підприємств різного розміру, шляхом теоретичного навчання та практичної підготовки, орієнтована на використання сучасних інформаційних технологій. Програма містить набір професійно-орієнтованих дисциплін з управління маркетинговою діяльністю, матеріальними, фінансовими, людськими ресурсами підприємств, економіко-математичного моделювання, базової правової та мовної підготовки.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, товар, ціноутворення, комунікації, стратегія, реклама, інновації, логістика, ефективність.</p>
Особливості освітньо-професійної програми	<p>Програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами сукупністю маркетингових компетенцій; реалізується в активному дослідницькому середовищі, що стимулює аналітично-дослідницьку, інноваційну діяльність та апробацію їх результатів, зокрема шляхом:</p> <p>проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники освітньо-професійної програми Маркетинг можуть успішно працювати на посадах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - помічників керівників підприємств, установ та організацій; - помічників керівників забезпечуючих та збутових підрозділів; - помічників керівників малих підприємств без апарату управління; - фахівців з дослідження ринку, прогнозування економічних показників; - та ін. <p>Бакалавр маркетингу підготовлений для роботи на підприємствах, в установах та організаціях усіх галузей і здатний обіймати посади фахівців у різних управлінських сферах.</p>
Подальше навчання	<p>Можливість навчання за програми: 8 рівня НРК України, третього циклу FQ-EHEA, 8 рівня EQF-LLL</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання, навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень.</p>

	Викладання проводиться у вигляді: лекції, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання, індивідуальних занять тощо.
Оцінювання	Оцінювання якості освоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань (семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти). Поточне оцінювання – на семінарських, практичних, лабораторних заняттях (усне або письмове опитування, експрес-контроль, виступи здобувачів при обговоренні питань, контрольні роботи, тестовий контроль, звіти про лабораторні роботи, презентації тощо). Підсумковий контроль – екзамен або залік (диференційований залік). Підсумкова атестація – єдиний державний кваліфікаційний іспит.
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)	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 активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення

	<p>предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, оцінювання результатів діяльності у сфері підприємництва.</p> <p>СК16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.</p>
--	--

7 – Програмні результати навчання

	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. 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>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні</p>
--	---

	<p>технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. 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>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>P19. Знати основи обліку та фінансів, вміти оцінювати результати діяльності у сфері підприємництва.</p> <p>P20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми	
Кадрове забезпечення	<p>Розробники програми: 1 доктор економічних наук, професор; 2 кандидати економічних наук, доценти.</p> <p>Всі розробники є штатними співробітниками Полтавської державної аграрної академії</p> <p>Гарант освітньо-професійної програми доктор економічних наук, професор.</p> <p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається також за рахунок участі у професійних тренінгах, семінарах, майстер-класах тощо.</p>

Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, зокрема:</p> <ul style="list-style-type: none"> навчальні приміщення; комп'ютерні класи (лабораторії); спеціалізовані 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.
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> <ul style="list-style-type: none"> бібліотека, читальний зал з достатнім фондом навчальної, наукової літератури та фахових періодичних видань; електронна бібліотека ПДАА: http://lib.pdaa.edu.ua/ офіційний сайт ПДАА: https://www.pdaa.edu.ua/; віртуальне навчальне середовище; необмежений доступ до мережі Інтернет, точки бездротового доступу до мережі; корпоративна пошта; навчальні і робочі плани; графіки навчального процесу; комплекси навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін; навчальні та робочі програми навчальних дисциплін; наскрізна програма практики; електронний ресурс, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт; засоби діагностики якості вищої освіти; репозитарій ПДАА та ін.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На основі договорів між Полтавською державною аграрною академією 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>На навчання приймаються іноземні громадяни на умовах контракту, які мають базовий рівень освіти</p>

II. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
ОК 1	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	екзамен
ОК 2	Вища математика	5	екзамен
ОК 3	Економіко-математичні методи та моделі	5	залік
ОК 4	Економічна інформатика	3	залік
ОК 5	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 6	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік екзамен
ОК 7	Історія економіки та економічної думки	3	залік
ОК 8	Історія та культура України	4	екзамен
ОК 9	Правознавство	3	екзамен
ОК 10	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 11	Університетська освіта	3	залік
ОК 12	Фізичне виховання	4	залік
ОК 13	Філософія	3	екзамен
ОК 14	Аграрний маркетинг	4	екзамен
ОК 15	Біржова справа	4	екзамен
ОК 16	Господарське законодавство	5	залік
ОК 17	Економіка підприємства	4,5	екзамен
ОК 18	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	залік
ОК 19	Конкурентоспроможність підприємства	5	екзамен
ОК 20	Курсова робота «Конкурентоспроможність 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	5	екзамен
ОК 25	Маркетинг	8	залік екзамен
ОК 26	Маркетинг послуг	4	екзамен
ОК 27	Маркетингова збутова політика	4,5	екзамен
ОК 28	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 29	Маркетингове ціноутворення	5	екзамен
ОК 30	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ОК 31	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК 32	Менеджмент	4	екзамен
ОК 33	Системи технологій	6,5	залік екзамен
ОК 34	Статистика	4	екзамен
ОК 35	Товарознавство	4	екзамен
ОК 36	Навчальна практика «Економічна інформатика»	7,5	диф. залік
ОК 37	Навчальна практика «Маркетинг»	7,5	диф. залік
ОК 38	Комплексна практика з фаху	6	диф. залік
ОК 39	Організаційно-аналітична практика	7,5	диф. залік
ОК 40	Атестаційний екзамен	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	

Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Вибірковий блок 1			
ВБ 1	Політологія	3	залік
ВБ 2	Психологія	3	залік
ВБ 3	Бухгалтерський облік	4	екзамен
ВБ 4	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4,5	залік
ВБ 5	Економіка та організація інноваційної діяльності	5	екзамен
ВБ 6	Електронна комерція	3	залік
ВБ 7	Маркетинг підприємств малого бізнесу	5	залік
ВБ 8	Організація та планування діяльності підприємства	4	екзамен
ВБ 9	Підприємництво	4	залік
ВБ 10	Проектний аналіз	4,5	залік
ВБ 11	Реклама і рекламна діяльність аграрних підприємств	4	залік
ВБ 12	Ризик-менеджмент	5	залік
ВБ 13	Управління розвитком економіки регіонів	4	залік
ВБ 14	Сталий розвиток сільських територій	4	залік
ВБ 15	Фінанси	3	залік
Вибірковий блок 2*			
ВБ 16	Етика та естетика	3	залік
ВБ 17	Конфліктологія	3	залік
ВБ 18	Логіка	3	залік
ВБ 19	Соціологія	3	залік
ВБ 20	Гроші та кредит	4	екзамен
ВБ 21	Етика бізнесу	5	залік
ВБ 22	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	залік
ВБ 23	Імітаційне моделювання	3	залік
ВБ 24	Контролінг	4,5	залік
ВБ 25	Маркетинг агропромислових формувань	5	залік
ВБ 26	Міжнародний маркетинг	4	залік
ВБ 27	Обґрунтування рішень і оцінювання ризиків	4,5	залік
ВБ 28	Потенціал і розвиток підприємства	4	залік
ВБ 29	Стандартизація та сертифікація продукції	3	залік
ВБ 30	Стратегія підприємства	5	екзамен
ВБ 31	Трудове право	4	екзамен
ВБ 32	Управління бізнес процесами	4	залік
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
Загальний обсяг освітньої програми		240	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Дисципліни	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)	кредитів	%
1. Обов'язкова частина										
Дисципліни загальної підготовки	Економічна теорія (6 – екзамен)	Вища математика (5 – екзамен)	Економіко-математичні методи та моделі (5 – залік)	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці (3 – екзамен)					51,0	21,25
	Іноземна мова (за професійним спілкуванням) (3 – залік)	Іноземна мова (за професійним спілкуванням) (3 – екзамен)		Фізичне виховання (4 – залік)						
	Правознавство (3 – екзамен)	Економічна інформатика (3 – залік)								
	Українська мова (за професійним спрямуванням) (3 – екзамен)	Історія економіки та економічної думки (3 – залік)								
	Університетська освіта (3 – залік)	Історія та культура України (4 – екзамен)								
	Філософія (3 – залік)									
Дисципліни професійної підготовки		Господарське законодавство (5 – залік)	Економіка підприємства (4,5 – екзамен)	Маркетинг (4 – екзамен)	Біржова справа (4 – екзамен)	Маркетингова товарна політика (5 – екзамен)	Конкурененто-спроможність підприємства (5 – екзамен)	Аграрний маркетинг (4 – екзамен)	97,5	40,63
	Системи технологій (3 – залік)	Системи технологій (3,5 – залік)	Маркетинг (4 – залік)	Курсова робота «Маркетинг» (3 – диф. залік)	Інформаційні системи і технології в маркетингу (4 – залік)	Курсова робота «Маркетингова товарна політика» (3 – диф. залік)	Курсова робота «Конкурененто-спроможність підприємства» (3 – диф. залік)	Логістика (5 – екзамен)		
			Менеджмент (4 – екзамен)	Статистика (4 – екзамен)	Маркетингові дослідження (5 – екзамен)	Маркетинг послуг (4 – екзамен)		Курсова робота «Логістика» (3 – диф. залік)		
						Маркетингове ціноутворення (5 – екзамен)	Маркетингова збутова політика (4,5 – екзамен)	Маркетингові комунікації (4 – екзамен)		
							Товарознавство (4 – екзамен)			

Дисципліни	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)	кредитів	%
Практична підготовка		Навчальна практика «Економічна інформатика» (7,5 – диф. залік)		Навчальна практика «Маркетинг» (7,5 – диф. залік)		Організаційно-аналітична практика (7,5 – диф. залік)	Комплексна практика з фаху (6 – диф. залік)		28,5	11,87
Атестація								Атестаційний екзамен (3 – екзамен)	3	1,25
Всього обов'язкова частина	24,0	34,0	17,5	25,5	13,0	24,5	22,5	19,0	180	75,0
2. Вибіркова частина*										
Дисципліни загальної підготовки			Політологія (3 – залік)	Психологія (3 – залік)						
Всього вибіркова частина - дисципліни загальної підготовки			3	3					6	2,5
Дисципліни професійної підготовки Вибірковий блок 1*			Управління розвитком економіки регіонів (4 – залік)	Економіка та організація інноваційної діяльності (5 – екзамен)	Бухгалтерський облік (4 – екзамен)	Електронна комерція (3 – залік)	Маркетинг підприємств малого бізнесу (5 – залік)	Проектний аналіз (4,5 – залік)	54	22,5
				Сталий розвиток сільських територій (4 – залік)	Економіка праці і соціально-трудова відносини (4,5 – екзамен)	Організація та планування діяльності підприємства (4 – екзамен)	Реклама і рекламна діяльність аграрних підприємств (4 – залік)	Ризик менеджмент (5 – залік)		
					Підприємництво (4 – залік)	Фінанси (3 – залік)				
Всього дисципліни професійної підготовки Вибірковий блок 1*			4	9	12,5	10	9	9,5	54	22,5

Дисципліни	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)	кредитів	%
Дисципліни професійної підготовки Вибірковий блок 2*			Зовнішньоекономіч на діяльність підприємства (4 – залік)	Стратегія підприємства (5 – екзамен)	Гроші та кредит (4 – екзамен)	Імітаційне моделювання (3 – залік)	Маркетинг агропромислових формувань (5 – залік)	Етика бізнесу (5 – залік)	54	22,5
				Управління бізнес процесами (4 – залік)	Контролінг (4,5 – залік)	Трудове право (4 – екзамен)	Міжнародний маркетинг (4 – залік)	Обґрунтування рішень і оцінювання ризиків (4,5 – залік)		
					Потенціал і розвиток підприємства (4 – залік)	Стандартизація та сертифікація продукції (3 – залік)				
Всього дисципліни професійної підготовки Вибірковий блок 2*			4	9	12,5	10	9	9,5	54	22,5
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ	24,0	34,0	24,5	37,5	25,5	34,5	31,5	28,5	240	100

*Здобувачі вищої освіти вибирають вибірковий блок (1 або 2) навчальних дисциплін з вибірових компонентів освітньо-професійної програми за існуючим в ПДАА механізмом реалізації права здобувачів вищої освіти на вибір начальних дисциплін (описується відповідним положенням ПДАА).

III. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестаційний екзамен.
Вимоги до єдиного державного кваліфікаційного іспиту	Атестаційний екзамен повинен забезпечити оцінювання результатів навчання та рівня сформованості програмних компетентностей.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти бакалавр із присвоєнням кваліфікації бакалавр маркетингу

Код н/д	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	P 16	P 17	P 18	P 19	P 20
ВБ 24		*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*					*	*
ВБ 25				*	*	*					*									
ВБ 26	*	*	*	*	*									*	*	*				
ВБ 27		*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*					*	*
ВБ 28				*							*		*							*
ВБ 29		*	*	*		*	*	*			*	*		*	*					
ВБ 30		*	*	*	*	*		*		*	*	*	*	*					*	*
ВБ 31											*				*					
ВБ 32	*			*									*							*