

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

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*

(нова редакція)

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ
РАДОЮ АКАДЕМІЇ

Голова Вченої ради

 /В. Аранчій/
(протокол № 19 від 19 квітня 2021 р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 1 вересня 2021 р.
Ректор  /В. Аранчій/
(наказ № 90 від 20 квітня 2021 р.)

Полтава 2021 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Проректор з науково-педагогічної роботи



Олена КОСТЕНКО

Начальник навчального відділу



Андрій ДОРОШЕНКО

Директор інституту



Олександр ГАЛИЧ

Гарант програми



Іван ТЕРЕЩЕНКО

ВНЕСЕНО

Кафедрою маркетингу

Протокол № 15 від 22 лютого 2021 р.*

Завідувач кафедри



Володимир ПИСАРЕНКО

СХВАЛЕНО

Науково-методичною радою спеціальності «Маркетинг»

Протокол № 6 від 25 лютого 2021 р.*

Голова науково-методичної ради



Тетяна ДЯДИК

СХВАЛЕНО

Вченою радою ННІ ЕУПІТ

Протокол № 7 від 22 березня 2021 р.*

Голова вченої ради



Олександр ГАЛИЧ

Освітньо-професійна програма затверджена Вченою радою академії від 23 липня 2019 р. протокол № 27. Введена в дію з 1 вересня 2019 р. наказом ректора № 159 від 5 серпня 2019 р.

Схвалено нову редакцію освітньо-професійної програми Вченою радою академії 19 квітня 2021 р. протокол № 19.

Введено в дію наказом ректора академії № 90 від 20 квітня 2021 р.

*- засідання проведені з використанням дистанційних технологій

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Терещенко Іван, к.е.н., доцент.
2. Даниленко Вікторія, к.е.н., доцент.
3. Боровик Тетяна, к.е.н., доцент.
4. Пащенко Віталій, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг, СВО Бакалавр.
5. Магарламова Еліза, здобувач вищої освіти ОПП Маркетинг, спеціальності 075 Маркетинг, СВО Бакалавр.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Євгеній Алексашин Керівник регіонального підрозділу ТОВ «ТД Ресурс»
у Полтавській області

Бакум Сергій Директор ТОВ «Українське зерно», м. Полтава

Іщенко Наталія Начальник відділів просування та розуміння
ТОВ АФ «Маяк» Котелевського району Полтавської
області, практикуючий маркетолог

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Полтавська державна аграрна академія, 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; 180 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 навчальних роки на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» /освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»
Форми навчання	Інституційна (очна (денна))
Наявність акредитації	Акредитація спеціальності: 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, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність: повної загальної середньої освіти (термін навчання 4 навчальні роки); ступеня «молодший бакалавр» /освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» (термін навчання 3 навчальні роки)
Мова викладання	Державна
Термін дії освітньо-професійної програми	5 років
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.pdaa.edu.ua/content/zmist-pidgotovky-zvo-za-osvitno-profesijnoyu-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>

	<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, методика 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, сприяє оволодінню здобувачами фаховими компетенціями.</p> <p>Особливість програми у поглибленому вивченні маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом (з акцентом на аграрний сектор) з поглибленим вивченням методів збору інформації, обліку, економіко-фінансового аналізу, моделювання і планування розвитку підприємства в умовах діджиталізації різних сфер виробництва та споживання.</p> <p>Завдяки тісній співпраці з професіоналами-практиками сфери маркетингу дозволяє опанувати сучасні маркетингові технології шляхом проходження виробничих практик в сучасних підприємствах і 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>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)
	3415. Технічні та торговельні представники	Агент Агент комерційний. Агент роз'їздний.

		Агент технічний Мерчендайзер Представник торговельний Торговець комерційний Торговець роз'їзний 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 із сертифікації та стандартизації та якості 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю 2441. Маркетолог 2441.Мерчендайзинг 2441.Експерт зі збуту 2441.Агент 2441.Бренд-менеджер
Подальше навчання	Можливість навчання за програми: НРК України – 7 рівень, FQ-ЕНЕА – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень	
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, проектні, 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, індивідуальних занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань та за виконання самостійної роботи.	

	<p>Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти.</p> <p>Семестровий контроль проводиться у формах екзамену або заліку (диференційованого заліку) з урахуванням накопичених балів поточного контролю.</p> <p>Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі кваліфікаційного екзамену іспиту за спеціальністю.</p>
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:</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>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:</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 основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних</p>

	<p>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 ПДАА:</p> <p>ФК 15. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, оцінювання результатів діяльності у сфері підприємництва.</p> <p>ФК 16. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в сфері маркетингу з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.</p>
--	---

7 – Програмні результати навчання

	<p>Програмні результати навчання визначені стандартом вищої освіти:</p> <p>ПРН Р1. 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</p>
--	---

	<p>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 ПДАА:</p> <p>ПРН 19. Знати основи обліку та фінансів, вміти оцінювати результати діяльності у сфері підприємництва.</p> <p>ПРН 20. Планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми	
<p>Кадрове забезпечення</p>	<p>Розробники програми: кандидати економічних наук, доценти.</p> <p>Всі розробники є штатними співробітниками Полтавської державної аграрної академії</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 й Положення про акредитацію освітніх програм 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>
<p>Матеріально-</p>	<p>Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам</p>

технічне забезпечення	<p>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; програма атестації здобувачів вищої освіти; програма атестаційного екзамену; 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>Можливе на загальних умовах.</p>

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми (240 кредитів)

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, атестаційний екзамен)	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	Економетричний аналіз	5	екзамен
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 та культура України	4	екзамен
ОК 8	Правознавство	3	екзамен
ОК 9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 10	Університетська освіта	3	залік
ОК 11	Фізичне виховання	4	залік
ОК 12	Філософія	3	залік
ОК 13	Біржова справа	3	екзамен
ОК 14	Бухгалтерський облік	3	залік
ОК 15	Економіка і фінанси підприємства	4,5	екзамен
ОК 16	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4,5	екзамен
ОК 17	Економіка та організація інноваційної діяльності	4	екзамен
ОК 18	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	залік
ОК 19	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	екзамен
ОК 20	Інфраструктура товарного ринку	6,5	залік, екзамен
ОК 21	Конкурентоспроможність підприємства	4	екзамен
ОК 22	Курсова робота «Конкуренція підприємства»	3	диф. залік
ОК 23	Курсова робота «Логістика»	3	диф. залік
ОК 24	Курсова робота «Маркетинг»	3	диф. залік
ОК 25	Курсова робота «Маркетингова товарна політика»	3	диф. залік
ОК 26	Логістика	5	екзамен
ОК 27	Маркетинг	7,5	залік, екзамен
ОК 28	Маркетинг у соціальних мережах	5	екзамен
ОК 29	Маркетингова збутова політика	3	екзамен
ОК 30	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
ОК 31	Маркетингове ціноутворення	3,5	екзамен
ОК 32	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 33	Маркетингові комунікації	4,5	екзамен
ОК 34	Менеджмент	4	залік
ОК 35	Міжнародний маркетинг	3,5	залік
ОК 36	Товарознавство	4	екзамен
ОК 37	Навчальна практика «Економічна інформатика»	7,5	диф. залік
ОК 38	Навчальна практика «Маркетинг»	9	диф. залік
ОК 39	Комплексна практика з фаху	6	диф. залік
ОК 40	Організаційно-аналітична практика	9	диф. залік
ОК 41	Атестаційний екзамен	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми*			
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	<i>Атестаційний екзамен.</i>
Вимоги до атестаційного екзамену	<i>Атестаційний екзамен повинен забезпечити оцінювання результатів навчання та рівня сформованості програмних компетентностей.</i>
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	<i>Відповідно до Положення у Полтавській державній аграрній академії видається документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти Бакалавр із присвоєнням кваліфікації бакалавр маркетингу</i>

