

ПРОЕКТ

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

**ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

**Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: магістр з маркетингу
(2024 рік набору)**

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ СУМСЬКОГО НАУ
«__» _____ 2024 р., протокол №__
Голова вченої ради _____ /Володимир ЛАДИКА/**

**Освітня програма вводиться в дію з 1.09.2024 р.
(наказ №__ від «__» _____ 2024 р.)
Ректор _____ /Володимир ЛАДИКА/**

Суми – 2024 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми 075 «Маркетинг» ОС «Магістр»

Проектна група у складі:

Голова проектної групи, гарант ОП:

д.е.н., професор, декан факультету
економіки і менеджменту

Маргарита ЛИШЕНКО

Члени проектної групи:

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

Наталія МАКАРЕНКО

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

Вікторія МАКАРОВА

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

Валентина МУШТАЙ

Розглянуто та схвалено на розширеному засіданні кафедри маркетингу та логістики за участі студентського активу та стейкхолдерів протокол №__ від _____ 2024 р.

Начальник навчального відділу,
к.е.н., доцент

Наталія КОЛОДНЕНКО

т.в.п. завідувача відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації, к.е.н., доцент

Олена РИБІНА

Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи, д.б.н., професор

Ігор КОВАЛЕНКО

Схвалено на засіданні вченої ради факультету економіки та менеджменту
від _____ 2024 р. протокол № __

Голова вченої ради факультету
економіки і менеджменту,
д.е.н., професор

Маргарита ЛИШЕНКО

ПЕРЕДМОВА

ОПП «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти дає можливість підготувати магістрів високого рівня, які володіють фундаментальними теоретико-методологічними знаннями і практичними фаховими навичками з маркетингової діяльності та вміють їх застосовувати в управлінській діяльності підприємств та інших структур та провадити наукові дослідження проблем розвитку теорії та методології маркетингової діяльності в умовах глобалізації та відкритості аграрних ринків. Магістерська програма «Маркетинг» спрямована на отримання необхідних знань, вмінь та навичок, для реалізації управлінської функції на мікро-, мезо- та макрорівнях, в тому числі об'єднаннях підприємств (вертикально та горизонтально-інтегрованих структурах), підприємствах, установах, організаціях, територіальних громадах, які здійснюють маркетингову діяльність незалежно від форм власності та видів економічної діяльності, управління маркетинговими програмами і проектами.

Користувачі освітньо-професійної програми:

- Здобувачі вищої освіти, які навчаються в Сумському національному аграрному університеті на другому (магістерському) рівні за спеціальністю 075 «Маркетинг»;
- Науково-педагогічні працівники Сумського національного аграрного університету, які здійснюють підготовку магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг»;
- Приймальна комісія Сумського національного аграрного університету;
- Екзаменаційна комісія спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти другого освітньо-професійного рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти: перелік компетентностей; програмних результатів навчання; форми атестації здобувачів. ОПП підготовки фахівців другого рівня вищої освіти розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти затвердженого від 10 липня 2019 року № 960.

Фахову експертизу проводили:

1. Лилик Ірина Вікторівна – керівник ГО «Українська асоціація маркетингу», м. Київ
2. Бондар Ігор Миколайович – менеджер з маркетингу ТОВ «Сумська паляниця» м. Суми
3. Андрушкіна Юлія Юріївна – директор з маркетингу Аграрної компанії «ІМК»
4. Устік Дмитро Володимирович - заступник голови правління з маркетингу ТОВ «Натон» Сумського району
5. Калініченко Віталій Миколайович - директор ФГ «Батьківщина» Сумського району
6. Моїсеєнко Володимир Сергійович - директор ТОВ "ТІРЕКС ЮКРЕЙН" м. Суми
7. Невесенко Світлана Вікторівна – начальник відділу маркетингу ТОВ «ВП «Полісан» м. Суми

**1. Профіль освітньо-професійної програми
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Рівень вищої освіти - Другий (магістерський)**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти	Сумський національний аграрний університет
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр, магістр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма зі спеціальності 075 «Маркетинг» освітній ступінь «Магістр»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, сертифікат: серія УД №19006879 від 08.01.2019 року
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста, магістра (за іншою спеціальністю), без обмеження віку
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2024 року
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://snau.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/osvitni-programi/fakultet-ekonomiki-i-menedzhmentu/
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних інтегрувати знання у сфері професійної маркетингової діяльності та розв'язувати складні задачі та проблеми, що характеризуються невизначеністю умов та вимог у сфері дослідження ринків та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств; формування особистості якісно нового рівня фахівця, здатного вирішувати складні нестандартні завдання і проблеми інноваційного та дослідницького характеру, застосування методів стратегічного планування та прогнозування в сфері маркетингової діяльності аграрних підприємств та організацій.	
3- Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	07 - Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності за спеціальністю «Маркетинг», що передбачає отримання ґрунтовних знань щодо теоретичних засад управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств та практичних навичок щодо їх розвитку. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, аграрний маркетинг, маркетингові стратегії, товарна інноваційна політика, маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, стратегічний маркетинг, маркетинг сталого розвитку.

Об'єкт вивчення	Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.	
Опис предметної області	<p>Цілі навчання: 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.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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>Методи, методики та технології:</p> <ul style="list-style-type: none"> - загальнонаукові та специфічні методи дослідження; професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування тощо). <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>	
Особливості програми	<p>Програма націлена на отримання слухачами необхідного обсягу знань та практичних навичок, необхідних фахівцям з маркетингу в сучасних умовах господарювання, з акцентом на маркетингову діяльність суб'єктів ринку агропродовольчої продукції (аграрний маркетинг).</p> <p>Особливістю її є можливість засвоєння здобувачами кращих вітчизняних та закордонних практик маркетингового управління аграрним бізнесом.</p>	
4. - Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти		
Обсяг освітньої програми магістра	Обсяг освітньої програми магістра: Освітньо-професійна програма 90 кредитів ЄКТС, 65% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти; 25 кредитів ЄКТС передбачено на дисципліни (за вибором здобувачів).	
5. – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання		
Придатність до працевлаштування	Назва і шифр професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
	12. Керівники підприємств, установ та організацій	
	1231. Керівники адміністративних підрозділів	1231. Провідний маркетолог 1231. Заступник начальника відділу з маркетингу

1233. Керівники підрозділів маркетингу	1233. Директор з маркетингу 1233. Начальника відділу збуту(маркетингу) 1233.Начальника відділу з реклами та зв'язків з громадськістю
1234. Начальник відділу	1234.Начальник відділу з реклами 1234.Начальник відділу з зв'язків громадкістю
1239. Керівники інших функціональних підрозділів	1239.Керівник рекламного бюро 1239.Керівник групи з дослідження ринків
13. Керівники малих підприємств без апарату управління	
1317.Керівники малих підприємств	1317.Директор малого підприємства
	1317. Директор малої фірми (рекламної)
	1317. Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним)
14. Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів	
1475. Менеджери (управителі) у сфері маркетингу	1475. Менеджер з маркетингу 1475. Менеджер з реклами 1475. Менеджер із збуту 1475. Торговець , торговий представник (обслуговування бізнесу та реклами) 1475. Рекламист 1475. Маркетолог
II. Професіонали	
2419.1 Професіонали наукової сфери в галузі маркетингу	2419.1 .Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.1 Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)
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 Професіонали з інноваційної діяльності .

		<p>2419.2 Фахівець із зв'язків з громадкістю та пресою.</p> <p>2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.</p> <p>2441. Маркетолог.</p> <p>2441. Мерчандайзинг.</p> <p>2441. Логіст.</p> <p>2441. Експерт зі збуту.</p> <p>2441. Бренд-менеджер.</p>
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.	
6.– Навчання та оцінювання		
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, змішане навчання в системі Moodle (CASE - study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних), самонавчання, використання сервісів відеозв'язку (Zoom, Webex, Microsoft Teams та інших сервісів), навчання на основі досліджень тощо.</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекцій (мультимедійні, інтерактивні), практичні заняття, індивідуальні заняття, дистанційні технології навчання, тощо. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, що розвивають практичні навички, уміння та формують креативне мислення.</p>	
Оцінювання	<p>За освітньою програмою передбачено формативне (письмові та усні коментарі й настанови викладачів у процесі навчання, формування навичок само оцінювання, залучення студентів до оцінювання роботи один одного), та сумативне (письмові іспити з навчальних дисциплін, оцінювання поточної роботи протягом вивчення окремих освітніх компонентів (презентації, тестування), захист звітів з практики, кваліфікаційна робота.</p> <p>Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд, звіти з практики. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю.</p> <p>Підсумкова атестація – підготовка та захист 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 на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії.</p>	
7. – Програмні компетентності		
Інтегральна компетентність (ІК)	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: ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.	

	<p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p><i>ЗК 9. Здатність діяти соціально-відповідально та свідомо.</i></p> <p><i>ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</i></p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (ФК)</p>	<p><i>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</i></p> <p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p><i>Компетентності визначені СНАУ</i></p> <p>ФК10. Здатність застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних маркетингових задач, застосування професійних компетентностей з брендингу аграрних підприємств, дослідження особливостей маркетингового розподілу продукції.</p> <p>ФК11. Здатність управління товарною інноваційною та рекламною діяльністю підприємства, політикою розподілу та логістичною діяльністю, на основі впровадження маркетингових технологій прикладного наукового дослідження.</p> <p>ФК12. Здатність налагоджувати міжособистісні соціальні взаємодії, оптимізація соціальних стосунків, налагодження ефективної взаємодії в колективі та співпраці зі ЗМІ; розробляти заходи з поліпшення іміджу організації та репутаційну програму організації в контексті КСВ.</p> <p>ФК 13. Здатність використовувати іноземну мову в професійному спілкуванні.</p>
<p>8. – Програмні результати навчання</p>	
<p><i>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</i> ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і</p>	

практичні прийоми маркетингу.

ПРН 2. 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. 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. 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.

Програмні результати навчання, визначені СНАУ:

ПРН 16. Консультувати працівників аграрних підприємства з питань торговельно-збутової, комунікаційної, асортиментної, логістичної, інноваційної, стратегічної та цінової діяльності підприємства; вміти організовувати товарні, фінансові, інформаційні потоки у ринкових каналах розподілу.

ПРН 17. Оперувати основними поняттями Інтернет-маркетингу; проводити пошук маркетингової інформації та здійснювати різні види маркетингових досліджень, формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики за допомогою інформаційних систем та технологій прикладнонаукового дослідження в маркетингу.

ПРН 18. Аналізувати і диференціювати причини та психологію виникнення конфліктів; розвивати та підтримувати лідерські якості в управлінні організаціями; використовувати інформаційні та комунікаційні технології; вміти розробляти заходи з поліпшення іміджу організації в контексті соціальної відповідальності.

9. - Форми атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів з маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота передбачає 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. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства. Кваліфікаційна робота розміщується в репозитарії СНАУ.
10. – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Розробники програми: три доктори економічних наук, професори, 1 кандидат економічних наук, доцент. Гарант освітньо-професійної програми (керівник робочої групи): професор, доктор економічних наук. Усі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми з маркетингу є штатними співробітниками Сумського національного аграрного університету. Всі науково-педагогічні працівники мають науковий ступінь та/або вчене звання та мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують. 65 % науково-педагогічних працівників кафедри мають сертифікат володіння іноземною мовою на рівні B2. 100 % науково-педагогічних працівників випускової кафедри мають публікації в Scopus та Web of Science, є авторами підручників, посібників. НПП є дісними членами професійних об'єднань маркетингологів, таких як ВГО «Українська асоціація маркетингу», ГО «Інноваційний університет».</p> <p>Для підвищення практичної спрямованості навчального процесу до проведення лекційних занять залучаються провідні фахівці-практики та іноземні лектори. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається за рахунок участі у тренінгах, семінарах, мастер-класах, конференціях, участі у міжнародних стажуваннях та інше.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі та ліцензійним умовам щодо надання послуг у сфері вищої освіти. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам. Створені умови для реалізації права осіб з особливими освітніми потребами.</p> <p>Для реалізації освітньо-професійної програми на факультеті економіки і менеджменту є спеціалізовані навчально-тренінгові та комп'ютерні лабораторії, обладнані необхідним устаткуванням та програмним забезпеченням (програмний комплекс Diamond FMS, Мастер Тест).</p> <p>Дистанційне навчання реалізовано на платформах MOODLE, GoogleClassroom та платформах сервісів для проведення он-лайн конференцій ZOOM, GoogleMeet, Teams.</p> <p>Створено покриття приміщень СНАУ бездротовою мережею за Wi-Fi технологією.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний веб-сайт СНАУ http://www.snau.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, міжнародне співробітництво, практику та працевлаштування, контакти. Створено електронну картотеку книгозабезпечення. Всі приміщення СНАУ забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі зареєстровані в СНАУ користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: https://library.snau.edu.ua/</p>

	<p>Всі навчальні дисципліни курсу забезпечені робочими навчальними програмами (силабусами), конспектами лекцій, методичними рекомендаціями щодо проведення практичних занять та самостійної роботи, методичними рекомендаціями щодо проходження виробничої практики та фахового стажування.</p> <p>Всі навчальні дисципліни курсу освітньо-професійної підготовки з маркетингу забезпечені конспектами лекцій, методичними рекомендаціями щодо проведення практичних занять та самостійної роботи, методичними рекомендаціями щодо проходження фахового стажування та переддипломної практики, а також рекомендаціями щодо виконання кваліфікаційної роботи магістра, а також Е-курсами в середовищі MOODLE. Форми надання інформації та консультацій: комунікації через соціальні мережі, сайт, інформаційну платформу Moodle, месенджери, електронні пошти, телефон, під час особистих зустрічей. Університет має підключення до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science.</p>
11 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Сумським НАУ та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до укладених угод СНАУ та угод про міжнародну академічну мобільність.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.

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

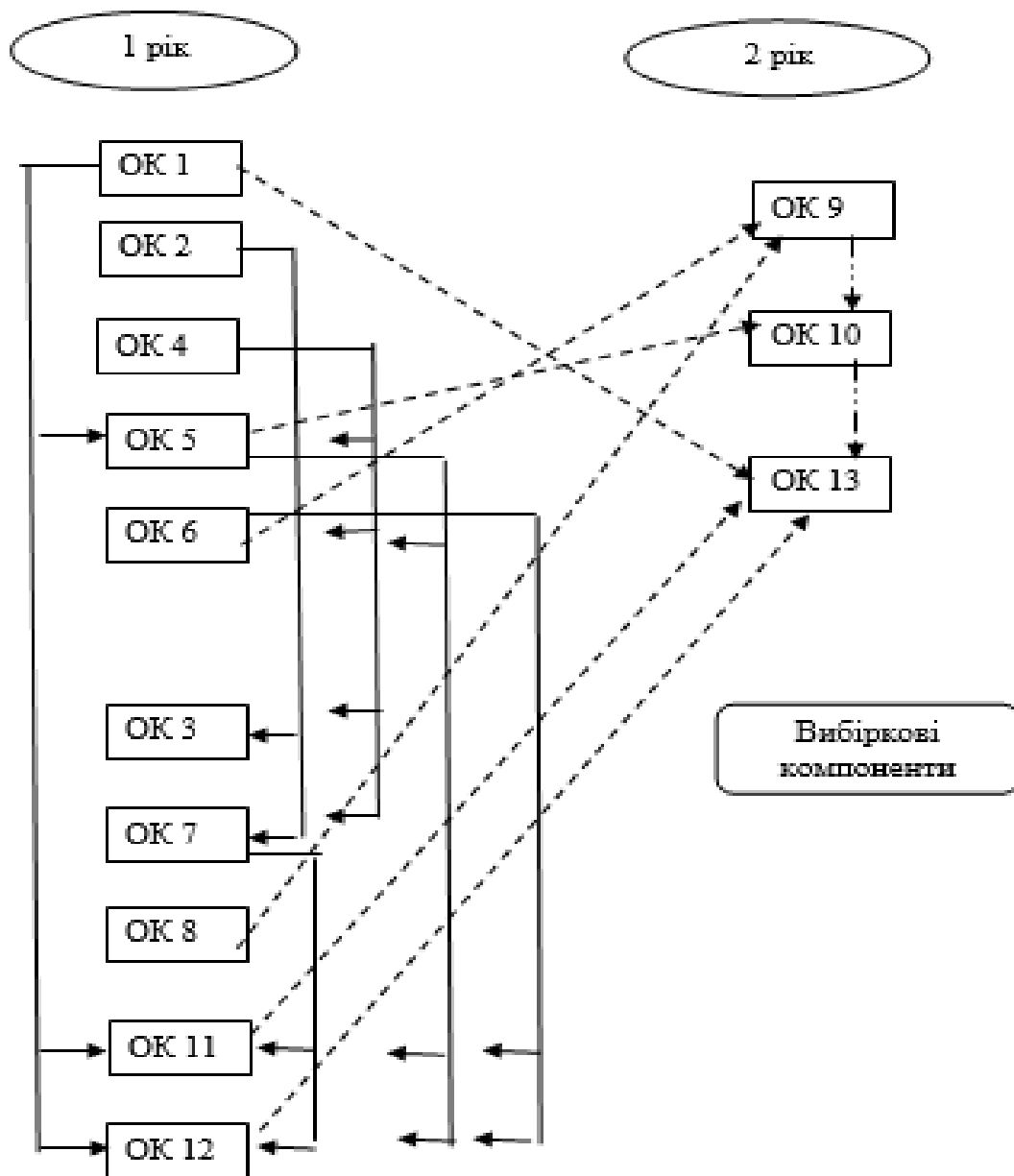
2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. НОРМАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
ОК 1	Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності	5	Іспит
ОК 2	Конфліктологія та психологія управління	5	Залік
ОК 3	Соціальна відповідальність	5	Іспит
ОК 4	Ділова іноземна мова	5	Іспит
ОК 5	Стратегічний маркетинг	5	Іспит
ОК 6	Маркетинговий менеджмент	5	Іспит
ОК 7	Рекламний менеджмент	5	Іспит
ОК 8	Логістичний менеджмент	5	Іспит
ОК 9	Маркетингова політика розподілу	5	Іспит
ОК 10	Товарна інноваційна політика	5	Іспит
Загальний обсяг нормативних дисциплін		50	
2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
<p>*Перелік вибіркового освітніх компонентів визначається за певним освітнім рівнем підготовки здобувачів вищої освіти, відповідно до Положення СНАУ «Про організацію вивчення навчальних дисциплін вільного вибору студентів». Вибіркові дисципліни кратні 5,0 кредитам ЄКТС.</p>			
ВК 1	Вибіркова дисципліна 1	5	Залік
ВК 2	Вибіркова дисципліна 2	5	Залік
ВК 3	Вибіркова дисципліна 3	5	Залік
ВК 4	Вибіркова дисципліна 4	5	Залік
ВК 5	Вибіркова дисципліна 5	5	Залік
Загальний обсяг вибіркового компонент:		25	
Практична підготовка			
ОК 11. Фахове стажування		3	
ОК 12. Переддипломна практика		2	
ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація		10	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

**Перелік дисциплін за вибором здобувача вищої освіти ОС «Магістр»
(2024 рік набору)**

Назва дисципліни	Кількість кредитів / годин / форма контролю
Методи емпіричних і соціальних досліджень	5/150/залік
Сучасні інформаційні технології візуалізації даних	
Глобальна та національна безпека	
Соціально-етичний маркетинг	
Мотиваційний механізм та лідерство в команді	
Поведінкові фінанси	
Інформаційна безпека та захист даних	
Інформаційні системи та технології прикладного і наукового дослідження (<i>крім</i> ОПП «Облік і оподаткування» та ОПП «Менеджмент організації і адміністрування» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти)	5/150/залік
Цифрові фінанси	
Аграрна політика (<i>крім</i> ОПП «Адміністративний менеджмент» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти)	
Ділова іноземна мова (можливий вибір <i>лише</i> для ОПП «Адміністративний менеджмент», ОПП «Економіка підприємства», ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти)	
Інтелектуальна власність	
Аудит адміністративної діяльності	
Маркетинг відносин	
Управління проектами	5/150/залік
Комунікативний менеджмент	
Бюджетні процеси та закупівлі	
Оцінювання та облік цілісних майнових комплексів	
Місцевий бізнес і підприємництво	
Психологія управління персоналом	
Бренд-менеджмент аграрного підприємства	
Бренд-стратегії	
Брендинг органічної продукції	
Міжнародний маркетинг	5/150/залік
Маркетинг сталого розвитку	
Ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта	
Конкурентоспроможність підприємства	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота передбачає 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. І завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр з маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1. Методологія науково досліджень та підтримання принципів в АД	ОК 2. Конфліктологія та психологія управління	ОК 3. Соціальна відповідальність	ОК 4. Ділова іноземна мова	ОК 5. Стратегічний маркетинг	ОК 6. Маркетинговий менеджмент	ОК 7. Рекламний менеджмент	ОК 8. Логістичний менеджмент	ОК 9. Маркетингова політика розподілу	ОК 10. Товарна інноваційна політика	ОК 11. Фахове стажування	ОК 12. Переддипломна практика	ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та захист
ІК. 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	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
ЗК1 Здатність приймати обґрунтовані рішення	x				x	x		x	x	x			
ЗК2 Здатність генерувати нові ідеї (креативність)				x		x	x			x	x	x	x
ЗК3 Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт											x	x	x
ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації		x			x						x	x	
ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії		x	x							x	x	x	
ЗК6 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел	x			x	x	x			x	x	x	x	x
ЗК7 Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.					x	x				x	x	x	x
ЗК8 Здатність розробляти проекти та управляти ними	x				x		x						x
ЗК 9. Здатність діяти соціально-відповідально та свідомо.		x	x										
ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.				x									
ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.	x				x	x				x	x	x	x
ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.	x					x					x	x	x
ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.	x				x	x	x				x	x	x

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК 1 Методологія наукова досліджень та підтримання принципів АД	ОК 2 Конфліктологія та психологія управління	ОК 3 Соціальна відповідальність	ОК 4 Ділова іноземна мова	ОК 5 Стратегічний маркетинг	ОК 6 Маркетинговий менеджмент	ОК 7 Рекламний менеджмент	ОК 8 Логістичний менеджмент	ОК 9 Маркетингова політика розподілу	ОК 10 Товарна інноваційна політика	ОК 11 Фахове стажування	ОК 12 Переддипломна практика	ОК 13 Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	x									x	x	x	x
ПРН 2. Адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.						x				x			
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.					x					x			x
ПРН 4. Розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.					x						x	x	x
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.	x			x		x					x	x	x
ПРН 6. Підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.					x	x	x	x	x	x			x

ПРН 7. Формувати і вдосконалити систему маркетингу ринкового суб'єкта.						x	x		x				
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.		x		x									
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.					x		x				x	x	
ПРН 10. Обгрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.		x			x		x		x				x
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.					x	x				x			x
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.					x	x				x			
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.					x	x	x	x			x	x	x
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.		x						x			x	x	

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

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

Таблиця 3- Структурно-логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми (пререквізити, кореквізити)

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми	семестр	пререквізити	кореквізити
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ГП)				
ОК 1	Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності	1		ОК 7 Рекламний менеджмент ОК 8 Логістичний менеджмент ОК 9 Маркетингова політика розподілу ОК 10 Товарна інноваційна політика ОК 11 Фахове стажування ОК 12 Переддипломна практика ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація
ОК 2	Конфліктологія та психологія управління	1		ОК 3 Соціальна відповідальність ОК 11 Фахове стажування ОК 12 Переддипломна практика ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація
ОК 3	Соціальна відповідальність	2	ОК 2 Конфліктологія та психологія управління	ОК 11 Фахове стажування ОК 12 Переддипломна практика ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація
ОК 4	Ділова іноземна мова	1		ОК 7 Рекламний менеджмент ОК 8 Логістичний менеджмент ОК 9 Маркетингова політика розподілу ОК 10 Товарна інноваційна політика ОК 11 Фахове стажування ОК 12 Переддипломна практика ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація
Професійна підготовка (ПНП)				
ОК 5	Стратегічний маркетинг	1		ОК 7 Рекламний менеджмент ОК 8 Логістичний менеджмент ОК 9 Маркетингова політика розподілу ОК 10 Товарна інноваційна політика ОК 11 Фахове стажування ОК 12 Переддипломна практика ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація
ОК 6	Маркетинговий менеджмент	1		ОК 7 Рекламний менеджмент ОК 8 Логістичний менеджмент ОК 9 Маркетингова політика розподілу ОК 10 Товарна інноваційна політика ОК 11 Фахове стажування ОК 12 Переддипломна практика ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація
ОК 7	Рекламний менеджмент	2	ОК 1 Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності ОК 4. Ділова іноземна мова ОК 5. Стратегічний маркетинг ОК 6. Маркетинговий менеджмент	ОК 9 Маркетингова політика розподілу ОК 10 Товарна інноваційна політика ОК 11 Фахове стажування ОК 12 Переддипломна практика ОК 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація

OK 8	Логістичний менеджмент	2	<p>OK 1. Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності</p> <p>OK 2. Конфліктологія та психологія управління</p> <p>OK 3. Соціальна відповідальність</p> <p>OK 4. Ділова іноземна мова</p> <p>OK 5. Стратегічний маркетинг</p> <p>OK 6. Маркетинговий менеджмент</p>	<p>OK 9 Маркетингова політика розподілу</p> <p>OK 10 Товарна інноваційна політика</p> <p>OK 11 Фахове стажування</p> <p>OK 12 Переддипломна практика</p> <p>OK 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація</p>
OK 9	Маркетингова політика розподілу	3	<p>OK 1. Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності</p> <p>OK 2. Конфліктологія та психологія управління</p> <p>OK 3. Соціальна відповідальність</p> <p>OK 4. Ділова іноземна мова</p> <p>OK 5. Стратегічний маркетинг</p> <p>OK 6. Маркетинговий менеджмент</p>	<p>OK 11 Фахове стажування</p> <p>OK 12 Переддипломна практика</p> <p>OK 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація</p>
OK 10	Товарна інноваційна політика	3	<p>OK 1. Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності</p> <p>OK 2. Конфліктологія та психологія управління</p> <p>OK 3. Соціальна відповідальність</p> <p>OK 4. Ділова іноземна мова</p> <p>OK 5. Стратегічний маркетинг</p> <p>OK 6. Маркетинговий менеджмент</p>	<p>OK 11 Фахове стажування</p> <p>OK 12 Переддипломна практика</p> <p>OK 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація</p>
OK 11, OK 12	Фахове стажування, переддипломна практика	2	<p>OK 1 Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності</p> <p>OK 2 Конфліктологія та психологія управління</p> <p>OK 4 Ділова іноземна мова</p> <p>OK 5 Стратегічний маркетинг</p> <p>OK 6 Маркетинговий менеджмент</p> <p>OK 7 Рекламний менеджмент</p> <p>OK 8 Логістичний менеджмент</p>	<p>OK 12. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація</p>
OK 13	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	3	<p>OK 1 Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності</p> <p>OK 2 Конфліктологія та психологія управління</p> <p>OK 4 Ділова іноземна мова</p> <p>OK 5 Стратегічний маркетинг</p> <p>OK 6 Маркетинговий менеджмент</p> <p>OK 7 Рекламний менеджмент</p> <p>OK 8 Логістичний менеджмент</p> <p>OK 9 Маркетингова політика розподілу</p> <p>OK 10 Товарна інноваційна політика</p> <p>OK 11 Фахове стажування</p> <p>OK 12 Переддипломна практика</p> <p>OK 13. Підготовка кваліфікаційної роботи та атестація</p>	

