

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОЕКТ

ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ Перший (бакалаврський) рівень
(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Бакалавр
(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ D Бізнес, адміністрування та право
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ D5 Маркетинг
(код та найменування спеціальності)

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Вченою радою Сумського НАУ

«__» _____ 2025 року

(Протокол №__)

Голова Вченої ради _____ **Володимир ЛАДИКА**

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з

«__» _____ 2025 р.

Ректор _____ **Ігор КОВАЛЕНКО**

(наказ № _____ від «__» _____ 2025 р.)

Суми 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми «Маркетинг»
першого(бакалаврського) рівня вищої освіти

Проектна група у складі:

Голова проектної групи:

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

Наталія МАКАРЕНКО

Члени проектної групи:

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

Маргарита ЛИШЕНКО

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

Тетяна УСТІК

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

Ксенія БЛЮМСЬКА-ДАНЬКО

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

Олена ШУМКОВА

Розглянуто та схвалено на розширеному засіданні кафедри маркетингу та логістики за участі студентського активу та стейкхолдерів (протокол №__ від __ лютого 2025 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.е.н., професор

Маргарита ЛИШЕНКО

Схвалено на засіданні вченої ради факультету економіки та менеджменту
від _____ 2025 р. протокол № __

Голова вченої ради факультету
економіки і менеджменту,
к.е.н., доцент

Світлана ЛУКАШ

ПЕРЕДМОВА

ОПП «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дає можливість підготувати фахівців 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.

Бакалаврська програма «Маркетинг» спрямована на отримання необхідних знань, вмінь та навичок, для реалізації управлінської функції на мікро-, мезо- та макrorівнях, 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 за спеціальністю D5 «Маркетинг»;
- науково-педагогічні працівники Сумського національного аграрного університету, які здійснюють підготовку бакалаврів за спеціальністю D5 «Маркетинг»;
- Приймальна комісія Сумського національного аграрного університету ;
- Екзаменаційна комісія спеціальності D5 «Маркетинг».

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. Білошапка Юрій Миколайович – заступник директора з маркетингу ТОВ «ЮР ЕНЕРДЖІ» м. Суми

Перелік нормативних документів:

1. Закон України «Про вищу освіту» №1556-VII від 01.07.2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
2. Закон України «Про освіту» №2145-VIII від 05.09.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (чинний від 01.11.2010 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
4. Національна рамка кваліфікацій // Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/tag/natsionalna-ramka-kvalifikatsiy?&tag=natsionalna-ramka-kvalifikatsiy>
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №1021 від 30.08.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text>
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України № 1648 від 21.12.2017 (зі змінами № 441 від 03.04.2024). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0441729-24#n2>
7. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» №1343 від 05.12.2018. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>
8. Розвиток систем внутрішнього забезпечення якості в українських закладах вищої освіти. Аналітичний звіт. Київ: Ваіте, 2020. 58 с. URL: <https://surl.li/kfexmg>
9. EQF-LLL – European Qualifications Framework for Life long Learning. URL: <https://europass.europa.eu/en/europass-digital-tools/european-qualifications-framework>
10. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area. URL: <https://surl.li/gkskop> .
11. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів)). URL: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.

Джерела внутрішнього користування

1. Положення про організацію освітнього процесу в Сумському національному аграрному університеті, затверджене Рішенням вченої ради СНАУ 27.08.2024. URL: <https://surl.li/qzwhoa>
2. Концепція освітньої діяльності Сумського національного аграрного університету, схвалена Вченою радою університету 27 серпня 2015 року. URL: <https://drive.google.com/file/d/1MBO0pEuPCM2M20CWCsa0G3wkWrWRGcas/view>
3. Кодекс академічної доброчесності Сумського національного аграрного університету, схвалений Вченою радою університету від 28.10.2024. URL: <https://surl.li/emlyzr>
4. Положення про освітні програми у Сумському національному аграрному університеті, схвалене Вченою радою СНАУ 15.10.2019. URL: <https://surl.li/gkvqso>
5. Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в Сумському НАУ, схвалене Вченою радою СНАУ 26.12.2017. URL: https://docs.snau.edu.ua/documents/education/quality/polojennya_plagiat.pdf
6. Положення про порядок перевірки академічних та наукових текстів на унікальність в Сумському національному аграрному університеті, схвалене Вченою радою СНАУ 15.10.2019р. URL: https://snau.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/ПОЛОЖЕННЯ_УНІКАЛЬНІСТЬ_СНАУ.pdf

**1. Профіль освітньо-професійної програми
зі спеціальності D5 «Маркетинг»
перший (бакалаврський) рівень вищої освіти**

1 – ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Повна назва вищого навчального закладу	Сумський національний аграрний університет, факультет економіки і менеджменту, кафедра маркетингу та логістики
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр з маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми: – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання <i>3 роки 10 місяців</i> на основі повної середньої освіти; – 180 кредитів ЄКТС термін навчання <i>2 роки 10 місяців</i> на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» / «молодший спеціаліст» із визнанням та перезарахуванням 60 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки фахового молодшого бакалавра.
Наявність акредитації	Сертифікат НД 1991723, дійсний до 01.07.2027 року
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності у неї повної загальної середньої освіти або ОС «Фаховий молодший бакалавр», або ОС «Молодший бакалавр», або ОС «Молодший спеціаліст» без обмеження віку.
Мови викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	до 01.07.2027 року
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://snau.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/osvitni-programi/
2 – МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Програма розроблена відповідно до стратегії та місії університету, спрямована на формування у здобувачів системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють концептуальними та практичними навичками проведення маркетингових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств, установ і бізнес-структур, мають критичне осмислення теорій, принципів і методів прийняття ефективних управлінських та підприємницьких рішень у сфері професійної маркетингової діяльності.	
3- ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право», Спеціальність D5 «Маркетинг»

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус програми та спеціалізації	Загальна вища освіта першого (бакалаврського рівня) в галузі D «Бізнес, адміністрування та право» за спеціальністю D5 «Маркетинг». Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності аграрних підприємств. Ключові слова: маркетинг, аграрний маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження, поведінка споживача.
Опис предметної області	<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 бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <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, методика 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.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма орієнтована на оволодіння базовими знаннями з маркетингу з акцентом на маркетингову діяльність суб'єктів аграрного ринку. В її основу також покладено практично-орієнтований підхід до професійної підготовки фахівців-маркетологів для аграрного сектору економіки, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища та науково-дослідної сфери.
Академічні та професійні права випускників	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
4. - ОБСЯГ КРЕДИТІВ ЄКТС, НЕОБХІДНИЙ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ВІДПОВІДНОГО СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Обсяг освітньої програми бакалавра	– на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; – на базі ступенів «фаховий молодший бакалавр» / «молодший бакалавр» / «молодший спеціаліст» – 180 кредитів ЄКТС, заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. Прийом на основі ступенів «фаховий молодший бакалавр», «молодший бакалавр», або освітньо-кваліфікаційного рівня

	«молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством	
Професійні права випускників	Регламентуються Національним класифікатором професій ДК 003:2010	
5.- ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ		
Придатність до працевлаштування	Назва і шифр професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
	3415. Технічні та торговельні представники	Агент Агент комерційний Агент технічний Мерчандайзер 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-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2. Фахівець із зв'язків з громадськістю 2441. Маркетолог 2441. Мерчандайзинг 2441. Експерт зі збуту 2441. Агент 2441. Бренд-менеджер

<p>Професійна назва роботи</p>	<p>Агент з нерухомості, ріелтер, торговець (власність), торговець нерухомістю, агент комерційний, агент торговельний, комівояжер, мерчандайзер, представник торговельний, торговець комерційний, торговець промисловий, торговець роз'їзний, закупник, брокери (посередники) з купівлі-продажу товарів, агенти з комерційних послуг та торговельні брокери, керівник та замісник керівника підприємств, установ та організацій; керівник департаменту маркетингу, керівник підрозділів збуту й логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; керівників підрозділу з маркетингових досліджень; помічник керівника підприємства (установи, організації), помічник керівника виробничого підрозділу, помічник керівника іншого основного підрозділу, помічник керівника малого підприємства без апарату управління, спеціаліст у сферах маркетингового менеджменту та маркетинголог - аналітик; спеціаліст із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліст з маркетингу.</p>
<p>6. – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ</p>	
<p>Викладання та навчання</p>	<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 ін.), навчання на основі досліджень тощо.</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекцій (мультимедійні, інтерактивні), семінари, 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 уміння і навички та формують креативне мислення.</p>
<p>Оцінювання</p>	<p>За освітньою програмою передбачено формативне (письмові та усні коментарі й настанови викладачів у процесі навчання, формування навичок самооцінювання, залучення студентів до оцінювання роботи один одного) та сумативне (оцінювання поточної роботи протягом вивчення окремих освітніх компонентів (презентації, тестування), письмові іспити з освітніх компонентів, захист звітів з практик, атестаційний екзамен.</p> <p>Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд, звіти з практики.</p> <p>Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю</p> <p>Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену зі спеціальності. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання програмних результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.</p> <p>Шкала оцінювання навчальних досягнень: 4-х рівнева національна шкала – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»;</p> <p>100-бальна шкала за системою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).</p>

7. - ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
Інтегральна компетентність (ІК)	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>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності	<p>Компетентності визначені стандартом вищої освіти:</p> <p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей</p>

	маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
	ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
	ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності, здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.
	ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
	ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
	Компетентності визначені СНАУ:
	ФК15. Здатність до розробки і впровадження сукупності практичних заходів впливу на ринок або пристосування діяльності підприємства до ситуації на ринку.
	ФК16. Здатність проводити дослідження поведінки споживачів та аналіз конкурентів; формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної, цінової та комунікаційної політики, використовуючи сучасні прийоми та методи аналізу ринкового середовища.
	ФК17. Здатність до організації системи збуту та формування ефективних логістичних систем та ланцюгів.
	ФК18. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, аналіз результатів діяльності підприємства.
8. - ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
Програмні результати визначені стандартом вищої освіти:	
P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	
P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.	
P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.	
P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	

- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефхівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- 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.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
- Програмні результати навчання, визначені СНАУ:**
- P19. Вміти формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних фахових технологій; використовувати ІТ – технології при визначенні стратегії розвитку маркетингової діяльності аграрних підприємств;
- P20. Демонструвати знання і вміння з основ маркетингового планування в аграрних підприємствах; оцінювати ринкову інфраструктуру та результати підприємницької діяльності.
- P21. Вибудовувати оптимальні рішення щодо системи ціноутворення на аграрних підприємствах; формувати товарний асортимент аграрного підприємства та визначати його ефективність;
- P 22. Знати основи обліку та фінансів, вміти аналізувати результати діяльності підприємства.

9. - ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація бакалаврів здійснюється у формі складання атестаційного екзамену зі спеціальності 075 Маркетинг
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамену зі спеціальності. Завершується видачею документа встановленого зразка про присудження випускнику ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу. Атестація здійснюється відкрито і публічно. Атестаційний екзамен зі спеціальності передбачає оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

	<p>Атестаційний екзамен зі спеціальності 075 «Маркетинг» передбачає виконання тестових завдань, є формою кваліфікаційних випробувань, яка дозволяє об'єктивно і надійно визначити рівень освітньої і професійної підготовки випускників вищого навчального закладу за цим освітньо-кваліфікаційним рівнем.</p>
10. - РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ	
Кадрове забезпечення	<p>Розробники програми з маркетингу: три доктори економічних наук, професори та два кандидати економічних наук, доценти зі стажем роботи не менше 10 років.</p> <p>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 підтверджений рівень наукової і професійної активності.</p> <p>Для підвищення практичної спрямованості навчального процесу до проведення лекційних занять залучаються провідні фахівці-практики та закордонні фахівці. 100% науково-педагогічних працівників випускової кафедри мають публікації в Scopus и Web of Science, є авторами підручників та посібників. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників здійснюється через участь у тренінгах, семінарах, вебінарах, майстер-класах, конференціях, міжнародних стажуваннях тощо.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Відповідає технологічним вимогам щодо забезпечення Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти. Навчання за ОП здійснюється в предметних та спеціалізованих аудиторіях, комп'ютерних класах та навчальних лабораторіях, обладнаних відповідно до змісту освітніх компонентів. Освітній процес забезпечений комп'ютерною технікою, сучасними програмними засобами, мультимедійним та спеціальним обладнанням; здобувачі мають безкоштовний доступ до мережі Інтернет та бібліотеки університету з читальними залами. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам.</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, Google Classroom та платформах сервісів для проведення он-лайн конференцій ZOOM, Google Meet, Teams.</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. Усі зареєстровані в СНАУ користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Створено електронну картотеку книгозабезпечення. Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет, ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://library, http://snau.edu.ua. Всі освітні</p>

	<p>компоненти забезпечені робочими навчальними програмами (силабусами), конспектами лекцій, методичними рекомендаціями щодо проведення практичних занять та самостійної роботи, методичними рекомендаціями щодо проходження навчальної та виробничої практики, а також Е-курсами в середовищі MOODLE. Форми надання інформації та консультацій: комунікації через соціальні мережі, сайт, інформаційну платформу Moodle, месенджери, електронні пошти, телефони, під час особистих зустрічей. Університет має підключення до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science.</p>
11. - АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	<p>Національна індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки: ННЦ «ІАЕ» НААН, ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН, Полтавський державний аграрний університет, Державний біотехнологічний університет, Державний університет телекомунікацій та інші.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між Сумським НАУ та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів, зокрема, угодами про співпрацю з Університетом прикладних наук Вайенштефан (Німеччина), Університетом природничих наук у Варшаві (Польща), Хенанським інститутом науки і технологій (Китай), Чеським університетом прикладних наук (Чехія), Університетом Париж-Сакле (Франція), Університетом Барселони (Іспанія), Королівським аграрним університетом (Великобританія).</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.</p>

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

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми Спеціальність D5 «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. НОРМАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
	1.1 Цикл дисциплін загальної підготовки	105	
ОК 1	Історично-філософські студії	5	Екзамен
ОК 2	Іноземна мова	5	Екзамен
ОК 3	Громадянська освіта	5	Екзамен
ОК 4	Українська мова та академічне письмо	5	Екзамен
ОК 5	Військова і медична підготовка та адаптація до професійного розвитку	5	Екзамен
ОК 6	Основи наукових досліджень	5	Екзамен
ОК 7	Економікс	5	Екзамен
ОК 8	Вища математика та теорія ймовірності	5	Залік / Екзамен
ОК 9	Економіко-математичні методи і моделі	5	Залік
ОК 10	Інформатика	5	Екзамен
ОК 11	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві	5	Екзамен
ОК 12	ЗЕД підприємства	5	Екзамен
ОК 13	Економіка підприємств	5	Екзамен
ОК 14	Менеджмент	5	Екзамен
ОК 15	Маркетинг	5	Екзамен
ОК 16	Фінанси, гроші і кредит	5	Екзамен
ОК 17	Бухгалтерський облік	5	Екзамен
ОК 18	Інформаційні фахові технології	5	Екзамен
ОК 19	Статистика	5	Екзамен
ОК 20	Аналіз господарської діяльності	5	Екзамен
ОК 21	Організація підприємницької діяльності	5	Екзамен
	1.2 Цикл дисциплін професійної підготовки	55	
ОК 22	Ринкова інфраструктура	5	Екзамен
ОК 23	Маркетинг послуг	5	Екзамен
ОК 24	Маркетинг в малому бізнесі	5	Екзамен
ОК 25	Поведінка споживача	5	Екзамен
ОК 26	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
ОК 27	Логістика	5	Екзамен
ОК 28	Аграрний маркетинг	5	Екзамен
ОК 29	Маркетингові комунікації	5	Екзамен
ОК 30	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
ОК 31	Маркетинг товарна політика	5	Екзамен
ОК 32	Діджитал маркетинг	5	Екзамен
Загальний обсяг нормативних дисциплін		160	

Практична підготовка (ВПП) та ПА			
ОК 33. Навчальна практика			5
ОК 34. Виробнича практика			5
ОК 35. Виробнича практика та підсумкова атестація			10
Усього			20
1. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
<i>*Перелік вибіркового освітніх компонентів визначається за певним освітнім рівнем підготовки здобувачів вищої освіти, відповідно до Положення СНАУ «Про вибірково навчальні дисципліни». Вибіркові дисципліни кратні 5,0 кредитам ЄКТС.</i>			
2.1 Цикл загально університетських вибіркового дисциплін загальної підготовки			
ВК 1	Вибір рухової активності	5	Залік
ВК 2	Гуманітарна вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 3	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 4	Вибіркова дисципліна	5	Залік
2.2 Цикл дисциплін загальної підготовки для спеціальностей факультету			
ВК 5	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 6	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 7	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 8	Вибіркова дисципліна	5	Залік
2.3 Цикл вибіркового дисциплін фахової підготовки			
ВК 9	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 10	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 11	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 12	Вибіркова дисципліна	5	Залік
Загальний обсяг вибіркового компонент:			60
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ			240

1. Вибіркові дисципліни загальної підготовки для всіх спеціальностей факультету першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (2025 рік набору)

Навчальна дисципліна	Кількість кредитів / години / форма контролю
Сучасні економічні концепції	5/150/залік
Теорія організацій	5/150/залік
Регіональна економіка	5/150/залік
Економетрика	5/150/залік
Загальні основи організації господарського обліку	5/150/залік
Фінанси природокористування	5/150/залік
Ораторське мистецтво та комунікації	5/150/залік
Платіжні системи і криптовалюти	5/150/залік
Економіка праці та соціально-трудові відносини	5/150/залік
Ціни та ціноутворення	5/150/залік
Податкова система	5/150/залік
Основи бізнес-аналітики	5/150/залік
Міжнародний аграрний бізнес	5/150/залік
Фінансовий аналіз <i>(крім спеціальностей 072 Фінанси, банківська справа та страхування, 071 Облік і оподаткування)</i>	5/150/залік
Міжнародні фінанси	5/150/залік
Оподаткування підприємств АПК	5/150/залік
Планування і контроль на підприємстві	5/150/залік
Організація роботи публічної служби	5/150/залік
Міжнародна торгівля	5/150/залік
Брендинг	5/150/залік
Електронна комерція	5/150/залік
Маркетинг територій	5/150/залік
Інформаційні технології в формуванні управлінської звітності	5/150/залік
Управління якістю	5/150/залік
Організація публічних закупівель	5/150/залік
Біоекономіка і сталий розвиток	5/150/залік

2. Дисципліни професійної підготовки D5 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Навчальна дисципліна	Кількість кредитів/годин	Форма підсумкового контролю
Маркетинг закупівель	5/150	Залік
SMM-маркетинг	5/150	Залік
Електронна логістика	5/150	Залік
Комерційна діяльність посередницьких структур	5/150	Залік
Управління ланцюгами поставок	5/150	Залік
Маркетингове планування і контроль	5/150	Залік
Маркетинговий аудит	5/150	Залік
Паблік рілейшнз (PR)	5/150	Залік
HR - маркетинг	5/150	Залік

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (денна форма навчання)

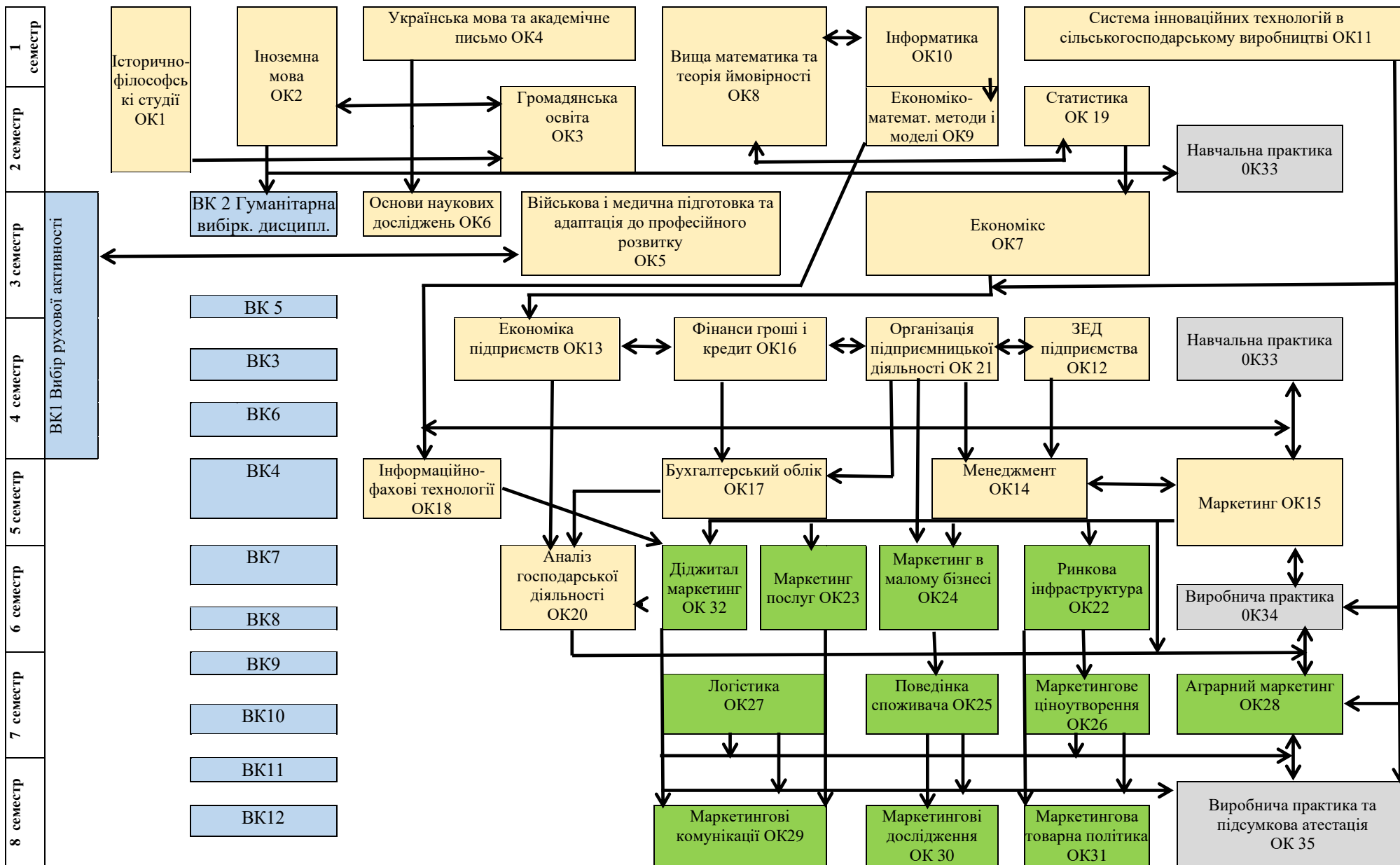
Компоненти	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс		Всього	
	1 семестр (кредити, форма контролю)	2 семестр (кредити, форма контролю)	3 семестр (кредити, форма контролю)	4 семестр (кредити, форма контролю)	5 семестр (кредити, форма контролю)	6 семестр (кредити, форма контролю)	7 семестр (кредити, форма контролю)	8 семестр (кредити, форма контролю)	кредити	%
1. Обов'язкові компоненти ОПП										
Цикл дисциплін загальної підготовки	Історично-філософські студії (екзамен – 2,5 кредити)	Історично-філософські студії (екзамен – 2,5 кредити)	Військова і медична підготовка та адаптація до професійного розвитку (екзамен – 5 кредитів)	ЗЕД підприємства (екзамен - 5 кредитів)	Менеджмент (екзамен - 5 кредитів)	Аналіз господарської діяльності (екзамен - 5 кредитів)			105	43,8
	Іноземна мова (залік – 2,5 кредити)	Іноземна мова (екзамен – 2,5 кредити)		Економіка підприємств (екзамен - 5 кредитів)	Маркетинг (екзамен - 5 кредитів)					
	Українська мова та академічне письмо (екзамен – 5 кредитів)	Громадянська освіта (екзамен – 5 кредитів)		Фінанси, гроші і кредит (екзамен - 5 кредитів)	Бухгалтерський облік (екзамен - 5 кредитів)					
	Вища математика та теорія ймовірності (залік – 2,5 кредити)	Вища математика та теорія ймовірності (екзамен – 2,5 кредити)	Основи наукових досліджень (екзамен – 5 кредитів)	Організація підприємницької діяльності (екзамен - 5 кредитів)	Інформаційні фахові технології (екзамен - 5 кредитів)					
	Інформатика (екзамен – 5 кредитів)	Економіко-математичні методи і моделі (залік – 5 кредитів)								
	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві (екзамен – 5 кредитів)	Статистика (екзамен - 5 кредитів)								

Цикл дисциплін професійної підготовки					Маркетинг в малому бізнесі (екзамен - 5 кредитів)	Ринкова інфраструктура (екзамен - 5 кредитів)	Поведінка споживача (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингові комунікації (екзамен - 5 кредитів)	55	22,9
						Маркетинг послуг (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингове ціноутворення (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингові дослідження (екзамен - 5 кредитів)		
						Діджитал маркетинг (екзамен - 5 кредитів)	Логістика (екзамен - 5 кредитів) Аграрний маркетинг (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингова товарна політика (екзамен - 5 кредитів)		
Практична підготовка (ВПП) та ПА		Навчальна практика з іноземної мови (2 кредити)		Навчальна практика (Вступ до фаху) (3 кредити)		Виробнича практика (базова з фаху) (5 кредитів)		Виробнича практика та підсумкова атестація (10 кредитів)	20	8,3
Загальний обсяг обов'язкових компонент	22,5	24,5	15	23	25	25	20	25	180	75
2. Вибіркові компоненти ОПІ										
Загальний обсяг вибірових компонент									60	25
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПІ									240	100

2.3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми (заочна форма навчання)

Компоненти	1 курс (кредити, форма контролю)	2 курс(кредити, форма контролю)	3 курс(кредити, форма контролю)	4 курс (кредити, форма контролю)	5 курс (кредити, форма контролю)	Всього	
						кредити	%
1. Обов'язкові компоненти ОПП							
Цикл дисциплін загальної підготовки	Історично-філософські студії (екзамен – 5 кредитів)	OK 5 (екзамен - 5 кредитів)	ЗЕД підприємства (екзамен - 5 кредитів)	Аналіз господарської діяльності (екзамен - 5 кредитів)		105	43,8
	Іноземна мова (екзамен – 5 кредитів)	Маркетинг (екзамен - 5 кредитів)	Економіка підприємств (екзамен - 5 кредитів)				
	Громадянська освіта (екзамен – 5 кредитів)	Економікс (екзамен – 5 кредитів)	Бухгалтерський облік (екзамен - 5 кредитів)				
	Українська мова та академічне письмо (екзамен – 5 кредитів)	Основи наукових досліджень (екзамен – 5 кредитів)	Інформаційні фахові технології (екзамен - 5 кредитів)				
	Вища математика та теорія ймовірності (екзамен – 5 кредитів)	Менеджмент (екзамен - 5 кредитів)					
	Економіко-математичні методи і моделі (залік – 5 кредитів)	Фінанси, гроші і кредит (екзамен - 5 кредитів)					
	Інформатика (екзамен – 5 кредитів)						
	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві (екзамен – 5 кредитів)		Організація підприємницької діяльності (екзамен - 5 кредитів)				
	Статистика (екзамен - 5 кредитів)						
Цикл дисциплін професійної підготовки			Маркетинг в малому бізнесі (екзамен - 5 кредитів)	Маркетинг послуг (екзамен - 5 кредитів)	Ринкова інфраструктура (екзамен - 5 кредитів)	55	22,9
				Маркетингове ціноутворення (екзамен - 5 кредитів)	Поведінка споживача (екзамен - 5 кредитів)		
				Аграрний маркетинг (екзамен - 5 кредитів)	Логістика (екзамен - 5 кредитів)		

				Діджитал маркетинг (екзамен – 5 кредитів)	Маркетингові дослідження (екзамен - 5 кредитів) Маркетингова товарна політика (екзамен - 5 кредитів)		
Практична підготовка (ВПП) та ПА	Навчальна практика з іноземної мови (2 кредити)	Навчальна практика Вступ до фаху (3 кредити)		Виробнича практика (базова з фаху) (5 кредитів)	Виробнича практика та підсумкова атестація (10 кредитів)	20	8,3
Загальний обсяг обов'язкових компонент	47	33	30	30	40	180	75
2. Вибіркові компоненти ОПШ							
Загальний обсяг вибіркового компонент						60	25
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПШ						240	100



Цикл дисциплін загальної підготовки
 Практична підготовка (ВПП) та ПА

Вибіркові дисципліни

Цикл дисциплін професійної підготовки

