



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ПРОЄКТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

«МАРКЕТИНГ»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

ВСТУП 2024

ЗАТВЕРДЖЕНО

**Протокол №_ від «__» _____ 2024 р.
засідання вченої ради ХДАЕУ**

**Освітня-професійна програма
вводиться в дію з «__» _____ 2024 р.**

**Ректор Херсонського державного
аграрно-економічного університету,
Наказ № _____ від «__» _____ 2024 р.**

_____ Юрій КИРИЛОВ

ПРЕАМБУЛА:

Розробники проекту ОПП у складі:

Керівник робочої групи (гарант освітньо-професійної програми):

Боліла С.Ю. - кандидат сільськогосподарських наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій.

Члени робочої групи:

1. Жосан Г.В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій.

2. Кириченко Н.В. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій.

3. Балута О.С. - здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 Маркетинг.

4. Чернишева В.Є. - здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 Маркетинг.

5. Мирошников О.О. – директор Приватного підприємства «Брендінгове агентство «ГРЕЙДС»».

6. Шилкіна К.О. – директор Товариства з обмеженою відповідальністю АРТРЕВЕЛ.КС.

Проект розроблено/оновлено з метою модернізації ОПП:

Відповідно до процедури моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм, що регламентуються Законом України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № № 1343 від 05.12.2018 р. (зі змінами, внесеними Наказом Міністерства освіти і науки України № 593 від 28.05.2021 р.), внутрішніми нормативними документами ХДАЕУ (Положення про підготовку здобувачів вищої освіти, Положення про організацію освітнього процесу, Положення про освітні програми, Положення про забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти).

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Херсонський державний аграрно-економічний університет, кафедра менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Кваліфікація бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування
Тип диплому та обсяг освітньої програми	<ul style="list-style-type: none"> - на базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») ХДАЕУ має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста), обсягом не більше ніж 120 кредитів ЄКТС; - на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» ХДАЕУ має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти; - на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.
Наявність акредитації	Первинна
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, QF-EHEA – перший цикл, EQF- LLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Херсонського державного аграрно-економічного університету», затвердженими Вченою радою Університету.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.ksau.kherson.ua
2 - Мета освітньо-професійної програми	
<p>Підготовка кваліфікованих фахівців, які здатні розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми, пов'язані з діяльністю, спрямованою на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів, з використанням інструментів, які базуються на сучасних маркетингових технологіях та з урахуванням процесів глобалізації, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов; обирати оптимальні підходи щодо формування товарної, цінової та збутової політики, розробки системи маркетингових комунікацій, організації маркетингової діяльності; формування та розвиток у них загальних і професійних компетентностей в сфері маркетингу, що забезпечують здатність випускника виконувати професійну діяльність на посаді в управлінській, медіа-комунікативній, бізнесовій та інших дисциплінарно-професійних полях.</p>	

3 - Характеристика освітньо-професійної програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>Галузь знань 07 Управління та адміністрування Спеціальність 075 Маркетинг</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: 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>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією.</p> <p>Програма спрямована на набуття знань у сфері маркетингу, орієнтована на актуальні проблеми розвитку підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції, що дозволяє сформувати професійні, наукові, аналітичні, організаційні та управлінські компетентності, високий професіоналізм і ділову активність, здатність самостійно приймати рішення.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Загальна освіта в сфері маркетингу. Освітня програма «Маркетинг» зумовлена орієнтацією на поєднання фахової підготовки з опануванням сучасного інструментарію маркетингових досліджень, на основі оволодіння цифровими маркетинговими технологіями бізнес-середовища та використання маркетингу в управлінні підприємствами.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетолог, маркетингові дослідження, реклама, маркетингові комунікації, ринок, потреби споживача, аналіз ринку, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, цінова політика, маркетингові рішення, цифровий маркетинг.</p>
Особливості програми	<p>Закладені в освітню програму обов'язкові компоненти забезпечують набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, збалансованих у відповідності з сучасним рівнем та подальшими прогнозами розвитку національних і міжнародних ринків, із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій у підприємницькій практиці, зокрема з орієнтацією на специфіку підприємств агросектору та Стратегій формування Інноваційного та Туристичного кластерів Херсонської області.</p> <p>Програма орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища.</p> <p>Формує фахівців з новим перспективним способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи та інструменти маркетингу, але й удосконалювати їх на базі сучасних досягнень.</p>

4 - Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	Випусник освітнього ступеня бакалавр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями: 1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми 1314 Комерсант 1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним) 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2441.2 Економіст із ціноутворення 3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний 3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами)
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти, підвищення кваліфікації.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Ґрунтується на принципах студенто-центриському, компетентнісному та індивідуально-особистісному підходах; реалізується через посилення практичної орієнтованості та творчої спрямованості, навчання відбувається у формі комбінації лекцій, практичних та лабораторних занять, самостійної роботи, навчальної та виробничих практик з використанням елементів неформального та дистанційного навчання (технічно-програмних засобів). Застосовується кредитно-трансферна система організації навчання.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за взаємоузгодженими 4-х бальною («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і заліковою («зараховано», «не зараховано») системами, так і за 100- бальною шкалою та системою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F). Види контролю: поточний, рубіжний, підсумковий, семестровий, атестація. Форми контролю, екзамен, заліки проводяться відповідно до вимог «Положення про проведення поточної атестації та семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти» ХДАЕУ (2020 р.).

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>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>

<p>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</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 маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ФК15. Здатність застосовувати сучасні цифрові технології аналізу, обробки та моделювання маркетингових досліджень.</p> <p>ФК16. Здатність враховувати специфіку застосування рекламних засобів, PR та бренд технологій у процесі формування фірмового стилю підприємств.</p> <p>ФК17. Здатність застосовувати сучасний методичний інструментарій для проведення й оцінки ефективності маркетингових заходів в аграрній сфері.</p>
--	---

7 - Програмні результати навчання

- Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- Р6. 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 нефахівцям 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.

P19. Застосовувати методичний інструментарій для проведення та оцінки ефективності маркетингових засобів підприємств аграрного сектору.

P20. Вміти використовувати новітні, креативні медіатехнології, здійснювати контроль за якістю рекламних компаній, демонструвати здатність щодо оцінки цільової аудиторії розробки бюджету рекламної компанії та оцінки її ефективності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, залучені до освітньо-професійної програми, є штатними співробітниками ХДАЕУ. Понад 96% професорсько-викладацького складу мають наукові ступені та/або вчене звання і підтверджений рівень наукової та професійної активності.
Матеріально-технічне Забезпечення	Кафедра використовує сучасну матеріально-технічну базу університету, а саме: навчальні корпуси; гуртожитки; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний комплекс, базу відпочинку. Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам. Кафедра використовує сучасні навчальні аудиторії з повною забезпеченістю комп'ютерною технікою, прикладними та ліцензійними комп'ютерними програмами.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньої програми має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях. Наявність офіційного веб-сайту закладу освіти (http://www.ksau.kherson.ua), який містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Наявність бібліотеки, яка є центром інформаційного забезпечення навчально-виховного і наукового процесів в університеті.

	<p>Забезпеченість бібліотеки вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, у тому числі в електронному вигляді.</p> <p>Читальні зали бібліотеки мають доступ до мережі Інтернет, в інституційному Репозитарії ХДАЕУ (http://dspace.ksau.kherson.ua/) розміщуються матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми.</p> <p>Наявність електронного ресурсу закладу освіти, який містить: вільний доступ до наукометричних баз Scopus, Web of Science; віртуальне навчальне середовище Moodle; корпоративну пошту; навчальні і робочі плани; графіки навчального процесу; навчально-методичне забезпечення дисциплін; робочі програми та силабуси навчальних дисциплін; наскрізні програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт, кваліфікаційної роботи; критерії оцінювання рівня підготовки здобувачів, в тому числі в системі дистанційного навчання (за допомогою онлайн-сервісів: Moodle, Google, Viber, Zoom, Teams, тощо).</p>
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Реалізується в університеті відповідно до вимог чинного законодавства та регламентується Положенням про порядок організації та реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ХДАЕУ (2021 р.) та Положенням про порядок перезарахування навчальних дисциплін та визначення академічної різниці ХДАЕУ (2020 р.).</p> <p>Можлива у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки.</p> <p>Самоініційована кредитна мобільність.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Можлива на підставі партнерської угоди про співробітництво із зарубіжними університетами про участь у міжнародних освітніх програмах, які дають можливість: одержати додаткові знання у суміжних галузях науки; удосконалити рівень володіння іноземною мовою; ознайомитися із зарубіжною культурою, історією, одержати диплом зарубіжного університету та диплом ХДАЕУ.</p> <p>Самоініційована мобільність: наукові стажування, кредитна мобільність до університетів ЄС за програмою Erasmus+ KA1 International Credit Mobility, за програмами DAAD, Fullbright та ін.</p>
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою згідно Положення про організацію набору та навчання іноземців та осіб без громадянства у ХДАЕУ (2020 р.).</p>

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

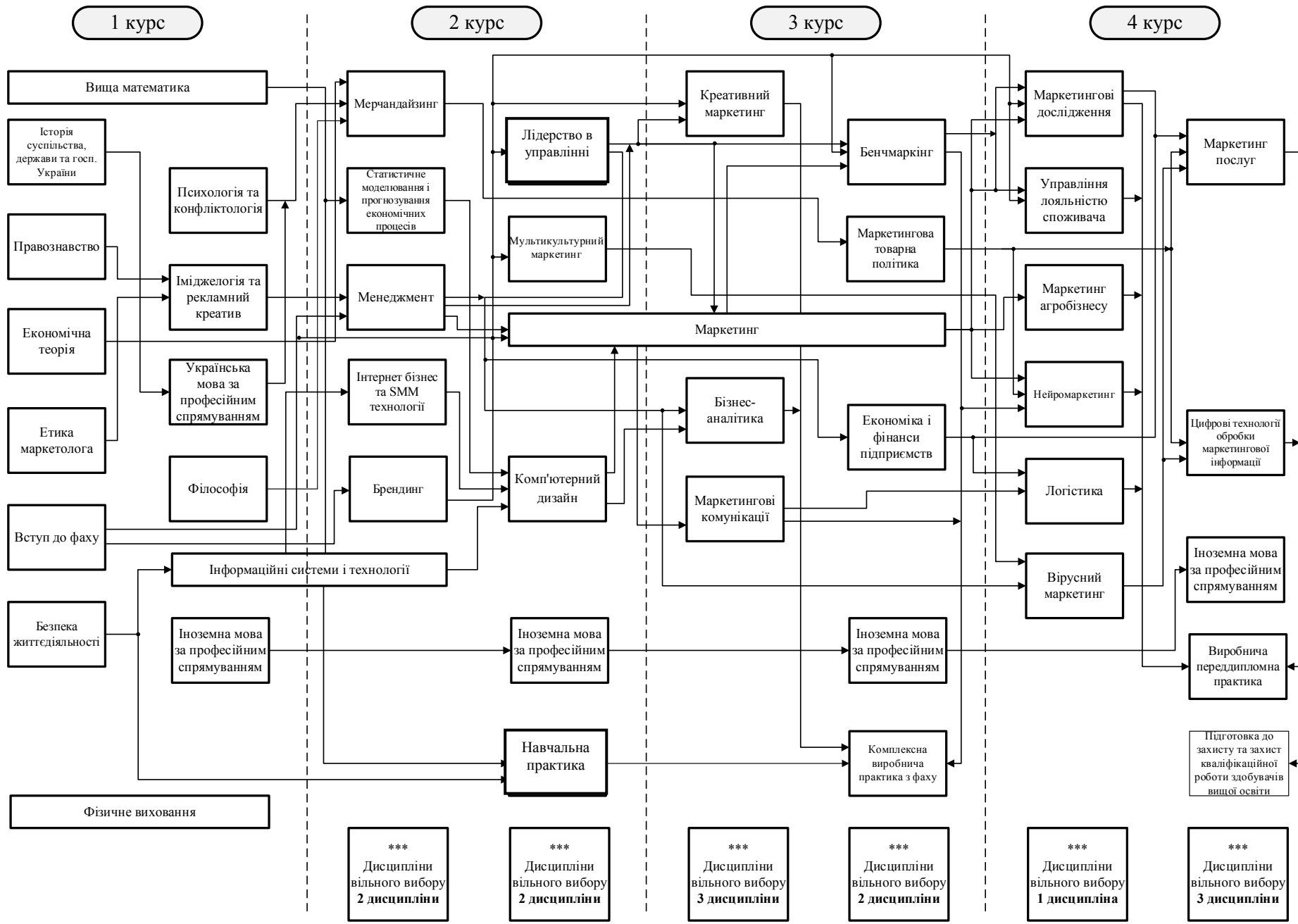
2.1 Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Філософія	4	Екзамен
ОК 2	Історія суспільства, державності та господарства України	4	Екзамен
ОК 3	Українська мова за професійним спрямуванням	4	Залік
ОК 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	12	Залік/Екзамен, Залік/Екзамен
ОК 5	Фізичне виховання	4	Залік, Залік
ОК 6	Безпека життєдіяльності (безпека життєдіяльності, основи охорони праці та цивільний захист)	3	Залік
ОК 7	Вища математика	8	Залік/Екзамен
ОК 8	Вступ до фаху	3	Залік
ОК 9	Економічна теорія	5	Екзамен
ОК 10	Етика маркетолога	4	Залік
ОК 11	Інформаційні системи та технології	9	Залік/Екзамен
ОК 12	Психологія та конфліктологія	4	Екзамен
ОК 13	Правознавство	4	Екзамен
ОК 14	Іміджелогія та рекламний креатив	4	Залік
ОК 15	Статистика	4	Екзамен
ОК 16	Інтернет бізнес та SMM технології	3	Залік
ОК 17	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 18	Брендинг	3	Залік
ОК 19	Мерчандайзинг	4	Залік
ОК 20	Комп'ютерний дизайн	4	Екзамен
ОК 21	Мультикультурний маркетинг	3	Залік
ОК 22	Лідерство в управлінні	4	Екзамен
ОК 23	Маркетинг	9	Залік/ Залік/Екзамен
ОК 24	Креативний маркетинг	4	Екзамен
ОК 25	Бенчмаркінг	3	Екзамен
ОК 26	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 27	Економіка і фінанси підприємств	3	Залік
ОК 28	Бізнес аналітика	4	Екзамен
ОК 29	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
ОК 30	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
ОК 31	Вірусний маркетинг	4	Залік
ОК 32	Маркетинг агробізнесу	3	Екзамен
ОК 33	Управління лояльністю споживача	4	Екзамен
ОК 34	Нейромаркетинг	4	Екзамен
ОК 35	Логістика	4	Залік
ОК 36	Маркетинг послуг	3	Екзамен
ОК 37	Цифрові технології обробки маркетингової інформації	4	Екзамен
ОК 38	Навчальна практика	3	Залік
ОК 39	Комплексна виробнича практика з фаху	6	Залік
ОК 40	Виробнича переддипломна практика	7,5	Залік
ОК 41	Підготовка до захисту та захист кваліфікаційної роботи здобувачів вищої освіти або атестаційний екзамен	1,5	Захист КРБ

Загальний обсяг обов'язкових компонент:	180,0	З-22, Е-25, КР-2, захист КРБ-1
Загальний обсяг вибірових компонент*	60,0	З-13
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	240,0	З-35, Е-25, захист КРБ-1

*Вибіркові компоненти обираються здобувачами вищої освіти із каталогів вибірових дисциплін загальної і фахової підготовки ХДАЕУ, які щорічно оновлюються та затверджуються рішенням Науково-методичної ради Херсонського державного аграрно-економічного університету. Методика формування переліків та процедура відбору вибірових компонентів (навчальних дисциплін вільного вибору) наведені у Положенні про вибірові дисципліни ХДАЕУ (2020 р.).

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи бакалавра. Завершується вона видачею документу встановленого зразка про присудження здобувачу вищої освіти ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.

Атестація здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня здійснюється згідно діючих нормативних документів Херсонського державного аграрно-економічного університету:

- 1) Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та роботу екзаменаційних комісій;
- 2) Положення про порядок перевірки наукових, навчально-наукових, навчально-методичних матеріалів на наявність плагіату;
- 3) Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин.

Кваліфікаційна робота бакалавра допускається до захисту перед екзаменаційною комісією за умови, якщо рівень її унікальності (оригінальності) відповідає нормативу, що регламентується Положенням Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Для оприлюднення та публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт, запобігання академічного плагіату кваліфікаційні роботи мають бути розміщені на офіційному сайті або в репозитарії Херсонського державного аграрно-економічного університету.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

6. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма вищої освіти

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstvaosviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>

Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-andguidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training2013.pdf>.

