

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Освітня кваліфікація: магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ



Голова Вченої ради

/ О. О. Непочатенко/

(протокол № 5 від 12.03.2025 р.,

перезатверджено протокол № 7 від 08.04.2025 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2025 р.

Ректор / О.О. Непочатенко/

(наказ № 01-16/14/од від 12.03.2025 р.,

перезатверджено наказ № 01-16/19/од від 09.04.2025 р.)

ПЕРЕДМОВА (ПРЕАМБУЛА)

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів у галузі D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг». Вона заснована на компетентнісному підході підготовки магістра у галузі D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма спеціальності D5 «Маркетинг» розроблена робочою (проектною) групою у складі:

№ п/п	ПІБ	Посада	Науковий ступінь, вчене звання
НПП			
1.	Пенькова Оксана Георгіївна - гарант освітньо-професійної програми	Завідувач кафедри маркетингу	Доктор економічних наук, професор
2.	Харенко Андрій Олександрович	Доцент кафедри маркетингу	Кандидат економічних наук, доцент
3.	Лементовська Валентина Анатоліївна	Доцент кафедри маркетингу	Кандидат економічних наук, доцент
Залучені стейхолдери			
№ п/п	ПІБ	До якої групи стейхолдерів належить (здобувач вищої освіти, випускник, роботодавець тощо)	Науковий ступінь, вчене звання (за наявності)
1.	Власенко Владислав Олександрович	роботодавець, директор ТОВ «Влас-агро»	-
2.	Концеба Анна Сергіївна	здобувач другого рівня вищої освіти (магістр)	-

Програма погоджена та затверджена:
на засіданні кафедри маркетингу (протокол № 9 від 03 березня 2025 року);
Вченою радою факультету економіки і підприємництва (протокол № 7 від 11 березня 2025 року);
схвалена Науково-методичною радою університету (протокол № 5 від 12 березня 2025 року).

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Уманський національний університет Факультет економіки і підприємництва Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний 90 кредитів ЄКТС
Форма здобуття освіти	Денна, дистанційна, заочна Обсяг: денна – 1 рік 4 місяці; дистанційна - 1 рік 4 місяці; заочна – 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Акредитовано 14.12.2023р. за другим (магістерським) рівнем. Рішення НА від 12.12.2023, протокол № 20, сертифікат від 14.12.2023 № 6482. Термін дії сертифіката – до 01.07.2029 р.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень
Передумови	Диплом ОС «Бакалавр», ОКР «Спеціаліст», ОС «Магістр»
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	1 рік 4 місяці
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://ects.udau.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями для стратегічного і тактичного управління маркетинговою діяльністю організацій та підприємств, в тому числі з урахуванням специфіки аграрної сфери, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація наявності)) (за	D «Бізнес, адміністрування та право» D5 «Маркетинг»
Орієнтація програми	Освітньо-професійна, прикладна Програма орієнтована на основні напрями наукової та професійної діяльності маркетологів.
Основний фокус програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в предметній області. Об'єкт вивчення – маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. 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. 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. <i>Методи, методики 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. <i>Ключові слова</i>: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетинговий аналіз, управління маркетингом, маркетингове забезпечення.
Особливості програми	Особливість ОП обумовлена комбінацією обов'язкових компонентів, що дозволяють сформулювати фахові компетентності, необхідні для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності в управлінні підприємствами, в тому числі з урахуванням специфіки аграрної сфери, та можливості їх застосування у педагогічній сфері.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістр маркетингу здатний виконувати роботу в розрізі професійних груп та професійних назв робіт відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) – директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу; консультант з маркетингу; фахівець методів розширення ринку збуту; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг).
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього циклу FQ-ЕНЕА, 8 рівня QF-LLL, 8 рівня НРК. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання ресурсів мережі Інтернет. Самостійна робота на основі підручників та ресурсів системи дистанційної освіти Moodle Уманського НУС.
Оцінювання	Опитування, презентації, , розв'язування задач, виконання творчих завдань, тестування, модульний тестовий контроль, апробація результатів дослідження на наукових конференціях, захист звітів про практику, усні та письмові екзамени. Підсумкова атестація – захист кваліфікаційної магістерської роботи. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівневою національною шкалою (зараховано/незараховано); 100-бальною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).

6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у 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)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК10. Здатність розуміти особливості та організовувати маркетингову діяльність підприємств аграрної сфери з урахуванням їх специфіки. СК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти при викладанні маркетингових дисциплін.
7 – Програмні результати навчання	
Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.	

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

P16. Комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку підприємств аграрної сфери.

P17. Застосовувати педагогічні технології та проводити заняття з фахових навчальних дисциплін відповідно до чинного законодавства.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Процес навчання забезпечують провідні фахівці кафедр університету.
Матеріально – технічне забезпечення	100 % забезпеченість потребам освітньої програми, зокрема: – навчальні корпуси; – гуртожитки; – тематичні кабінети; – спеціалізовані лабораторії; – комп'ютерні класи; – пункти харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – мультимедійне обладнання; – спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчальний процес забезпечується інформаційними та навчально-методичними ресурсами: - офіційний сайт УНУС: www.udau.edu.ua; - необмежений доступу до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - освітнє середовище Moodle; - університетський репозитарій; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу; - методичне забезпечення дисциплін; - робочі програми дисциплін; - дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програми практик; - методичні вказівки щодо проходження практики, виконання та захисту кваліфікаційних робіт. Методичні матеріали постійно оновлюються та адаптуються до цілей освітньої програми.

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна	Реалізується на основі двосторонніх договорів між Уманським
----------------------	---

мобільність	національним університетом садівництва та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	На підставі укладених угод університету про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах

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

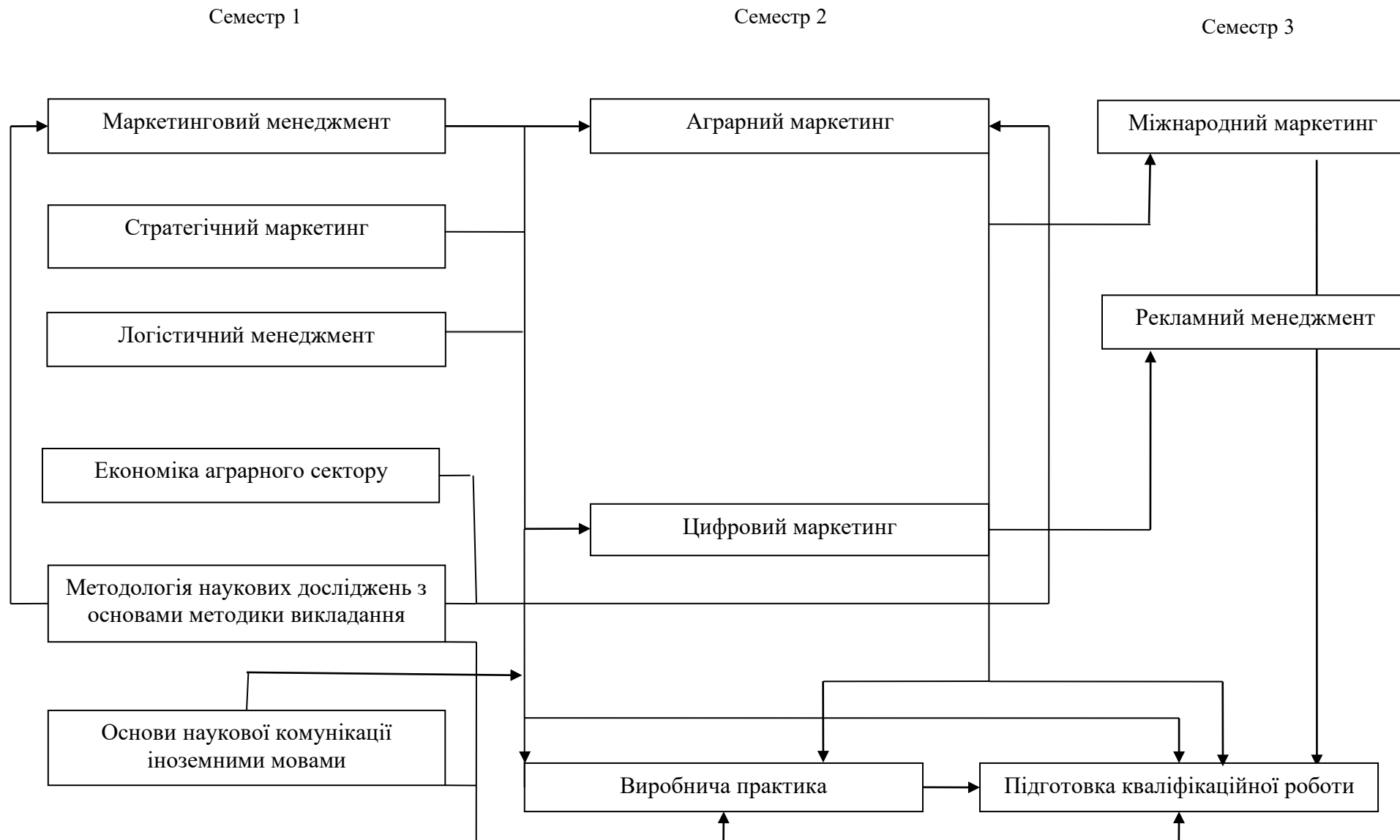
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, підготовка кваліфікаційної (дипломної) роботи (проекту))	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП			
1.1. Освітні компоненти гуманітарної, соціально-економічної та природничо-наукової підготовки			
ОК 1	Методологія наукових досліджень з основами методики викладання	5	залік
ОК 2	Основи наукової комунікації іноземними мовами	5	залік
1.2. Освітні компоненти професійної та практичної підготовки			
ОК 3	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ОК 4	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 5	Логістичний менеджмент	5	екзамен
ОК 6	Економіка аграрного сектора	5	залік
ОК 7	Цифровий маркетинг	5	екзамен
ОК 8	Аграрний маркетинг	5	екзамен
ОК 9	Рекламний менеджмент	5	екзамен
ОК 10	Міжнародний маркетинг	5	екзамен.
ОК 11	Виробнича практика	8	залік
ОК 12	Підготовка кваліфікаційної роботи	8	публічний захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66,0	
2. ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОП***			
ВК1.1	1.1. Фахові освітні компоненти		
ВК 1	Дисципліна 1	3	залік
ВК 2	Дисципліна 2	3	залік
ВК 3	Дисципліна 3	3	залік
ВК 4	Дисципліна 4	3	залік
ВК 5	Дисципліна 5	3	залік
ВК 6	Дисципліна 6	3	залік
ВК 7	Дисципліна 7	3	залік
Всього		21	
ВК1.2	1.2. Загальноуніверситетські освітні компоненти		
ВК 8	Дисципліна 1	3	залік
Всього		3	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

* здобувачі здійснюють свій вибір відповідно до Положення «Про вибіркові дисципліни в Уманському національному університеті садівництва»;

** вибір здійснюється з каталогу елективних дисциплін (<https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/katalog-elektivnix-vibirkovix-disciplin/>) в електронному кабінеті здобувача.
<https://www.udau.edu.ua/ua/for-students/katalog-elektivnix-vibirkovix-disciplin/>

2.2. Структурна-логічна схема ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної магістерської роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня «Магістр» із присвоєнням кваліфікації магістр маркетингу.

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється Екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені «магістр» з метою комплексної перевірки й оцінки відповідності отриманих здобувачем вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандарту вищої освіти. Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Екзаменаційна комісія працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.

Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення вищого навчального закладу приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.

Кваліфікаційна робота магістра допускається до захисту за умови, що робота виконана студентом самостійно, її зміст та оформлення якого відповідає вимогам методичних рекомендацій до написання кваліфікаційних робіт, що підтверджено підписами керівника, наявності позитивного відгуку керівника і рецензента та позитивного рішення щодо відсутності у роботі плагіату.

Для оприлюднення, публічного ознайомлення зі змістом кваліфікаційних робіт та запобігання академічного плагіату кваліфікаційні роботи розміщуються на офіційному сайті ЗВО.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
ЗК 1	+											
ЗК 2				+			+					+
ЗК 3											+	
ЗК 4										+	+	
ЗК 5	+	+							+			
ЗК 6	+						+					+
ЗК 7									+			
ЗК 8			+	+								
СК 1											+	+
СК 2	+	+										+
СК 3	+									+		+
СК 4				+			+				+	+
СК 5			+								+	+
СК 6			+		+			+	+	+	+	+
СК 7				+								
СК 8			+		+			+		+		
СК 9	+							+			+	+
СК 10						+		+				
СК 11	+											

Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12
Р 1	+										+	+
Р 2							+		+		+	+
Р 3	+			+						+	+	+
Р 4			+	+	+			+		+	+	
Р 5	+	+									+	+
Р 6			+	+	+			+	+	+	+	+
Р 7			+	+	+			+	+	+	+	+
Р 8	+	+					+		+		+	
Р 9			+		+			+	+	+	+	+
Р 10			+	+	+			+		+		+
Р 11				+								
Р 12			+	+	+			+		+		
Р 13			+	+	+			+	+	+	+	
Р 14	+		+		+				+		+	
Р 15	+						+			+	+	+
Р 16						+		+				
Р 17	+											