

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти: другий (магістерський) рівень

Ступінь вищої освіти: Магістр

Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право

Спеціальність: D 5 Маркетинг

Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу

Обсяг програми: 90 кредитів ЄКТС

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

_____ проф. **Анатолій КОБЕЦЬ**
(протокол № _____ від « _____ » _____ **2025 р.**)

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з 01.09.2025 р.

Ректор проф. Анатолій КОБЕЦЬ _____
Наказ № _____ від « _____ » _____ **2025 р.**

Дніпро – 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
МАРКЕТИНГ

Перший проректор-проректор
з навчальної роботи _____ **Дмитро**
ОНОПРИЄНКО

Начальник відділу
внутрішнього
аудиту і контролю якості
освітньої діяльності _____ **Оксана**
ГОНЧАРЕНКО

Начальник навчального відділу _____ **Геннадій ГАПЧ**

Декан факультету _____ **Лариса КУРБАЦЬКА**

Освітньо-професійна програма розглянута і схвалена науково-методичною радою факультету менеджменту і маркетингу (протокол № _____ від _____ 2025 р.)

Голова НМР _____ **Тетяна ГАЛАГАН**

Гарант ОПП _____ **Марія БАГОРКА**

ЗМІСТ

I	Преамбула	4
II	Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг	6
III	Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти	13
IV	Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність	14
	4.1. Розподіл змісту освітньої складової освітньо-професійної програми за обов'язковими та вибірковими компонентами	14
	4.2. Структурно-логічна схема ОП	16
V	Форми атестації здобувачів вищої освіти	20
VI	Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	20
VII	Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма	20
VIII	Пояснювальна записка до освітньої програми	22
	8.1. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми	22
	8.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми	23

I. ПРЕАМБУЛА

Освітньо-професійна програма Маркетинг розроблена на підставі Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за галуззю знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг (затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960) та Постанови Кабінету Міністрів України № 266 від 29 квітня 2015 року «Про затвердження переліку галузей і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» (в новій редакції – № 1021 від 30.08.2024 р.).

Освітньо-професійна програма (ОПП) Маркетинг для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю D 5 Маркетинг містить профіль освітньо-професійної програми, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність; перелік компетентностей випускника; нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання; форми атестації здобувачів вищої освіти; вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти.

Розроблено робочою групою у складі:

1. **Марія БАГОРКА**, докторка економічних наук, професорка, завідувачка кафедри маркетингу – гарант освітньо-професійної програми.
2. **Лариса КУРБАЦЬКА**, кандидатка економічних наук, доцент.
3. **Юлія ЯКУБЕНКО**, кандидатка економічних наук, доцент.
4. **Каріна ПЕРЕРВА**, менеджерка з маркетингу відділу Art Development ТОВ Ласунка.
5. **Мадіна ФОРТУНА**, Brendmanager, компанія You are launched, м. Дніпро.
6. **Денис ЛОЗОВИЙ**, заступник генерального директора з маркетингу та продажу ТОВ М'ясна фабрика Фаворит плюс.
7. **Юлія РУБАН**, керуюча магазину Єва ТОВ РУШ.
8. **Віталій БАЙБУЗА**, здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Маркетинг.

Рецензії /відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. **Володимир ПИСАРЕНКО**, завідувач кафедри маркетингу Полтавського державного аграрного університету, доктор економічних наук, професор.
2. **Тетяна УСТІК**, докторка економічних наук, професорка кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету.
3. **Костянтин КУПРІЯНОВ**, кандидат сільськогосподарських наук, директор товариства з обмеженою відповідальністю виробничого підприємства «УНІВЕРСАЛЗЕРНОПРОДУКТ» Дніпровського району Дніпропетровської області.
4. **Михайло Фоломін**, директор з маркетингу та продажу ТОВ М'ясна фабрика Фаворит плюс.

Освітня програма запроваджена вперше 01.09.2019 р. (наказ №1074 від 07.05.2019р.).

АКТУАЛІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:

1. Винесено робочою групою на громадське обговорення:

- I редакція - протокол № 1 від 01.03.2021р., гарант – Марія БАГОРКА;
 II редакція - протокол № 1 від 16.03.2022 р., гарант – Марія БАГОРКА;
 III редакція - протокол № 1 від 12.04.2023 р., гарант – Марія БАГОРКА;
 IV редакція - протокол № 1 від 21.03.2024 р., гарант – Марія БАГОРКА;
 V редакція - протокол № 2 від 18.04.2025 р., гарант – Марія БАГОРКА.

2. Розглянуто і схвалено науково-методичною радою факультету менеджменту і маркетингу:

I редакція - протокол № 12 від 27.04.2021 р., гарант – Марія БАГОРКА;
II редакція - протокол № 10 від 23.05.2022 р., гарант – Марія БАГОРКА;
III редакція - протокол № 11 від 22.05.2023 р., гарант – Марія БАГОРКА;
IV редакція - протокол № 11 від 20.06.2024 р., гарант – Марія БАГОРКА.
V редакція - протокол № 2 від 18.04.2025 р., гарант – Марія БАГОРКА.

3. Затверджено рішенням вченої ради Дніпровського державного аграрно-економічного університету:

I редакція - протокол № 9 від 27.05.2021 р., гарант – Марія БАГОРКА;
II редакція - протокол № 8 від 26.05.2022 р., гарант – Марія БАГОРКА;
III редакція - протокол № 8 від 25.05.2023 р., гарант – Марія БАГОРКА;
IV редакція - протокол № 9 від 27.06.2024 р., гарант – Марія БАГОРКА.

4. Введено в дію наказом Ректора:

I редакція - наказ № 1074 від 07.05.2019 р., гарант – Роман БЕЗУС;
II редакція - наказ № 1257 від 03.06.2021 р., гарант – Марія БАГОРКА;
III редакція - наказ № 1148 від 10.06.2022 р., гарант – Марія БАГОРКА;
IV редакція - наказ № 1178 від 07.06.2023 р., гарант – Марія БАГОРКА.
V редакція - наказ № 1980 від 01.07.2024 р., гарант – Марія БАГОРКА.

Результати громадського обговорення за освітніми програми знаходяться за покликанням (<https://www.dsau.dp.ua/ua/page/osvtno-profesjn-programi-na-obgovorenn.html>)

II. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГ

2.1 Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Дніпровський державний аграрно-економічний університет, факультет менеджменту і маркетингу, кафедра <i>маркетингу</i>
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Офіційна назва освітньої програми	<i>Освітньо-професійна програма Маркетинг</i>
Спеціальність	<i>D 5 Маркетинг</i>
Галузь знань	<i>D Бізнес, адміністрування та право</i>
Ступінь вищої освіти	Магістр
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Освітня кваліфікація	<i>Магістр маркетингу</i>
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	<i>Ступінь вищої освіти Магістр Спеціальність D 5 Маркетинг Освітньо-професійна програма Маркетинг</i>
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, Термін навчання: очна форма навчання – 1 рік 4 місяці; заочна форма навчання – 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації (ліцензування)	Програма впроваджена у 2019 р., Акредитовано згідно наказу МОН України від 08.01.2019 №13 (сертифікат про акредитацію: серія УД № 04003234) Термін дії освітньої програми до 01.07.2026 р.
Цикл/ рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, магістр (за іншою спеціальністю), без обмеження віку
Мова викладання	українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.dsau.dp.ua
2.2 Характеристика та предметна область освітньої програми	
Мета освітньої програми	Підготовка висококваліфікованих й конкурентоспроможних фахівців, які володіють інноваційним способом мислення, практичними навичками та компетентностями, необхідними для ефективного управління стратегічною маркетинговою діяльністю сучасних бізнес-структур та, зокрема, підприємств агробізнесу; здатних аналізувати фактори бізнес-середовища, здійснювати наукові дослідження та приймати управлінські маркетингові рішення в умовах невизначеності.

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 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. • <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, 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.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна (магістра)
Основний фокус освітньої програми	Вища освіта в галузі бізнес, адміністрування та право зі спеціальності D 5 Маркетинг Ключовим є отримання теоретичних знань, оволодіння методологічними підходами, здобуття практичних навичок і умінь наукової та професійної діяльності на основі інноваційного підходу та сучасного мислення в сфері маркетингу та системи ведення аграрного бізнесу. <i>Ключові слова:</i> стратегічний маркетинг, інноваційні технології, товарна інноваційна політика, рекламний менеджмент, агробізнес, Інтернет-маркетинг, маркетинговий менеджмент, логістичний менеджмент, брендинг.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма передбачає професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу конкурентного бізнес-середовища організацій та агробізнесу. <i>Особливістю даної програми</i> є синергетичне поєднання стратегічного, логістичного та інноваційного підходів, де значна увага приділена застосуванню інноваційних маркетингових технологій, аналітичній діяльності, ефективному управлінню та набуття дослідницьких навичок для здійснення наукових досліджень та професійної діяльності в галузях економіки, зокрема аграрній. В межах тісної співпраці з сучасними агропідприємствами, бізнес-структурами, торговельними організаціями програмою передбачено обов'язкове проходження виробничих практик; в

	межах наукової діяльності здобувачів програмою передбачено написання наукових робіт, тез, статей, захисту кваліфікаційної роботи, апробація результатів проведених досліджень на науково-практичних конференціях, семінарах, тренінгах.
2.3 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідно до Державного класифікатора професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності D 5 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть працювати: 1231 – Керівники адміністративних підрозділів (провідний маркетолог; заступник начальника відділу з маркетингу); 1233 – директор з маркетингу; начальник відділу збуту (маркетингу); 1234 – начальника відділу з реклами та зв'язків з громадськістю; 1239 – керівники інших функціональних підрозділів (керівник рекламного бюро; керівник групи з дослідження ринків); 1317 – директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної та ін.); керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним та ін.); 1475 – менеджер (управитель) з маркетингу (менеджер з маркетингу; менеджер з реклами; менеджер із збуту; торговий представник (обслуговування бізнесу та реклами); рекламіст; маркетолог) 2310.2 – викладач вищого навчального закладу. 2419.1 – молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва); 2419.2 – консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту; консультант з маркетингу професіонали з інноваційної діяльності . фахівець із зв'язків з громад кістю та пресою. фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 2441 – мерчандайзинг; експерт зі збуту; бренд-менеджер. Магістри з маркетингу можуть працювати: - на підприємствах, фірмах, організаціях, установах фінансового та нефінансового сектору економіки; - у консалтингових та маркетингових установах; - у вищих навчальних закладах; - в органах державного управління; - у міжнародних та недержавних організаціях й установах.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
2.4 Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, дистанційне навчання за допомогою системи Moodle, Google Meet, Google Classroom, бізнес-орієнтоване навчання (воркшопи, майстер класи фахівців-практиків, виробнича практика), самонавчання, навчання на основі власних досліджень, навчання під керівництвом викладача тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, мультимедійних лекцій, інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань, використання кейс-методів, упровадженню інформаційно-комунікаційних технологій на основі мережі Інтернет, ділових ігор, тренінгів, що розвивають навички та творчі здібності маркетологів, самостійного навчання тощо.
Оцінювання	Система та критерії оцінювання визначені <i>Положенням про організацію освітнього процесу в ДДАЕУ, Положенням про організацію контролю рівня знань студентів ДДАЕУ</i>. Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється протягом семестру при виконанні практичних завдань, кейсів, презентацій, тестування, Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти: письмові та усні екзамени, диференційовані заліки, публічний захист кваліфікаційної роботи. Шкала оцінювання навчальних досягнень: 4-х рівнева національна шкала – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»; 100-бальна шкала за системою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX, F).
2.5 Програми компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу 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 і управляти ними. Компетентності визначені ДДАЕУ ЗК9. Здатність використання основних принципів і стратегій цифрового маркетингу для моніторингу ефективності маркетингової діяльності, інтерпретації даних та прийняття обґрунтованих рішень.

Спеціальні (фахові, предметні) 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 та 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 презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу. Компетентності визначені ДДАЕУ СК11. Здатність розв'язувати проблеми і приймати управлінські рішення стосовно маркетингової діяльності та маркетингових організаційних структур на основі планування, організації та реалізації класичних та цифрових маркетингових проєктів, вміння дотримуватися строків та бюджетів. СК 12. Здатність впроваджувати маркетингові товарні інновації у діяльність суб'єкта агробізнесу та застосовувати професійні компетентності з брендингу аграрних підприємств в умовах ведення соціально-відповідального агробізнесу.
2.6 Програмні результати навчання	
Результати навчання відповідно до програми (ПРН)	ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

	ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. <i>Програмні результати навчання визначені ДДАЕУ</i> ПРН16. Здійснювати імплементацію інноваційних підходів та рішень в товарній, ціновій, збутовій та комунікаційній політиці торговельних підприємств, при розробці маркетингових стратегій та брендінгу на умовах соціально-відповідального маркетингу. ПРН 17. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі впровадженням інновацій в агробізнесі, працювати з основними платформами та інструментами для цифрового маркетингу.
2.8 Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	1. Наявність у складі групи забезпечення (робочої групи) науково-педагогічних працівників, на яких покладено відповідальність за підготовку здобувачів вищої освіти за спеціальністю - три особи, що мають науковий ступінь та вчене звання, з них один доктор наук, професор; 2. Гарант освітньо-професійної програми (керівник робочої групи): професор, доктор економічних наук, має публікації в наукометричних базах Scopus і Web of Science, чисельні

	публікації у фахових та Міжнародних виданнях, є автором посібників. 3. Усі науково-педагогічні працівники мають науковий ступінь, вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності (не менше чотирьох досягнень у професійній діяльності за останні п'ять років, визначених у пункті 38 Ліцензійних умов (Постанова КМ України від 24 березня 2021 р. № 365)). Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми з маркетингу є штатними співробітниками Дніпровського державного аграрно-економічного університету. 4. Проведення лекцій з навчальних дисциплін, що забезпечують формування професійних компетентностей, науково-педагогічними працівниками, які є визнаними професіоналами з досвідом роботи за фахом. Стаж науково-педагогічної та наукової роботи не менш 10 років. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається за рахунок стажування, участі у тренінгах, семінарах, майстер-класах, конференціях, міжнародних проектах, вебінарах та інше. 5. Для підвищення практичної спрямованості навчального процесу до проведення лекційних занять залучаються провідні фахівці-практики.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі та ліцензійним умовам щодо надання послуг у сфері вищої освіти. В наявності є вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам. Для реалізації освітньо-професійної програми на факультеті менеджменту і маркетингу є спеціалізовані навчально-тренінгові та комп'ютерні лабораторії, обладнані необхідним устаткуванням. Дистанційне навчання реалізовано на платформах MOODLE, GoogleClassroom та платформах сервісів для проведення он-лайн конференцій ZOOM, GoogleMeet, Teams. Створено покриття приміщень ДДАЕУ бездротовою мережею за WiFi технологією.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.dsau.dp.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, міжнародне співробітництво, правила прийому, контакти. Наукова бібліотека http://www.dsau.dp.ua/ua/page/naukova-biblioteka-ddau.html з репозитарієм ДДАЕУ. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на навчально-інформаційному порталі http://www.dsau.dp.ua. Читальний зал забезпечений вільним доступом до мережі Інтернет. Навчально-методичне забезпечення включає: робочі програми та методичні матеріали для вивчення навчальних дисциплін; монографії, підручники та навчальні посібники, конспекти та презентації лекцій, завдання для практичних занять, тести і завдання для самоконтролю, поточного та

	підсумкового контролю знань здобувачів, програми стажування з фаху та переддипломної практики. Форми надання інформації та консультацій: комунікації через соціальні мережі, сайт, інформаційну платформу Moodle, месенджери, електронні пошти, телефон, під час особистих зустрічей.
2.8 Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до вимог чинного законодавства. Крім цього, на основі двосторонніх договорів між ДДАЕУ та університетами України. Підвищення кваліфікації (стажування) науково-педагогічних працівників у закладах вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДДАЕУ та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Освітня програма передбачає можливість навчання іноземних студентів відповідно до законодавчої бази України та Правил прийому ДДАЕУ, затверджених Вченою радою.

III. ОБСЯГ КРЕДИТІВ ЄКТС, НЕОБХІДНИЙ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ДРУГОГО (МАГІСТЕРСЬКОГО) СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Обсяг освітньої програми у ЄКТС	<i>90 кредитів ЄКТС</i> <i>Обсяг обов'язкових компонентів від загального обсягу ОП (90 кредитів) складає 66 кредитів ЄКТС або 73,3%.</i>
--	---

IV. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

**4.1. Розподіл змісту освітньої складової освітньо-професійної програми за
обов'язковими та вибірковими компонентами (дисциплінами) наведено в таблиці 4.1.**

Таблиця 4.1

Перелік компонент освітньої програми підготовки магістрів МАРКЕТИНГ

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Загальний обсяг кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
1	2	3	4	5
I Обов'язкові освітні компоненти				
1.1 Цикл загальної підготовки				
ОК 1.	Соціально відповідальний бізнес	3	д/ залік	1
ОК 2.	Інтелектуальна власність та захист авторських прав у сфері маркетингу	3	д/ залік	2
ОК 3.	Ділова іноземна мова (за фахом)	4	д/ залік	1-2
1.2. Цикл професійної підготовки				
ОК 4.	Стратегічний маркетинг	4	іспит	2
	Курсова робота з дисципліни Стратегічний маркетинг	1	д/ залік	2
ОК 5.	Логістичний менеджмент	3	іспит	2
ОК 6.	Рекламний менеджмент	4	іспит	1
ОК 7.	Інноваційні технології та цифровізація маркетингу	3,5	д/ залік	1
ОК 8.	Маркетинговий менеджмент	3	іспит	2
ОК 9.	Методологія і організація наукових досліджень в галузі знань	3	іспит	1
ОК 10.	Психологія маркетингу	3	іспит	1
ОК 11.	Товарна інноваційна політика в агробізнесі	3	іспит	2

ОК 12.	Бренд-менеджмент	3	д/ залік	1
ОК 13.	Маркетинг органічної продукції	3	д/ залік	1
Практика				
ОК 14.	Виробнича практика – Стажування з фаху	9	д/ залік	2
ОК 15.	Переддипломна практика	3	д/ залік	3
Атестація				
ОК 16	Підготовка до атестації (виконання кваліфікаційної роботи)	9		1-3
	Захист кваліфікаційної роботи	1,5	публічний захист	3
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66/1980 (73,3%)		
II Вибіркові освітні компоненти *				
ВК-1-1	Вибіркова компонента гуманітарної та соціально-економічної підготовки (1 категорія)	відповідно доп.2.3 Положення про порядок обрання здобувачами вищої освіти вибіркових навчальних дисциплін (https://drive.google.com/file/d/1a-GFz7jiesrxCERveQiGsH0QeFc1M17b/view)	д/ залік	2
ВК-2-1	Вибіркова компонента природничо-наукової (фундаментальної) підготовки (2 категорія)			2
ВК-3-6	Вибіркова компонента професійної і практичної підготовки (3 категорія)			3
Загальний обсяг вибіркових компонент		24/720 (26,7%)		
Разом за навчальним планом:		90,0/2700,0 (100%)		

* із загальної кількості запропонованих дисциплін вільного вибору у вибірковій частини навчального плану студенти обирають 1 навчальну дисципліну 1-ї категорії, 1 – другої та 6 навчальних дисциплін 3-ї категорії. Обсяг кредитів на кожну вибіркову компоненту уніфікований і становить 3 кредити.

Каталог вибіркових освітніх компонент I-II категорії знаходиться за посиланням (<https://www.dsau.dp.ua/ua/page/ua/page/vybirkovi-dyscipliny.html>)

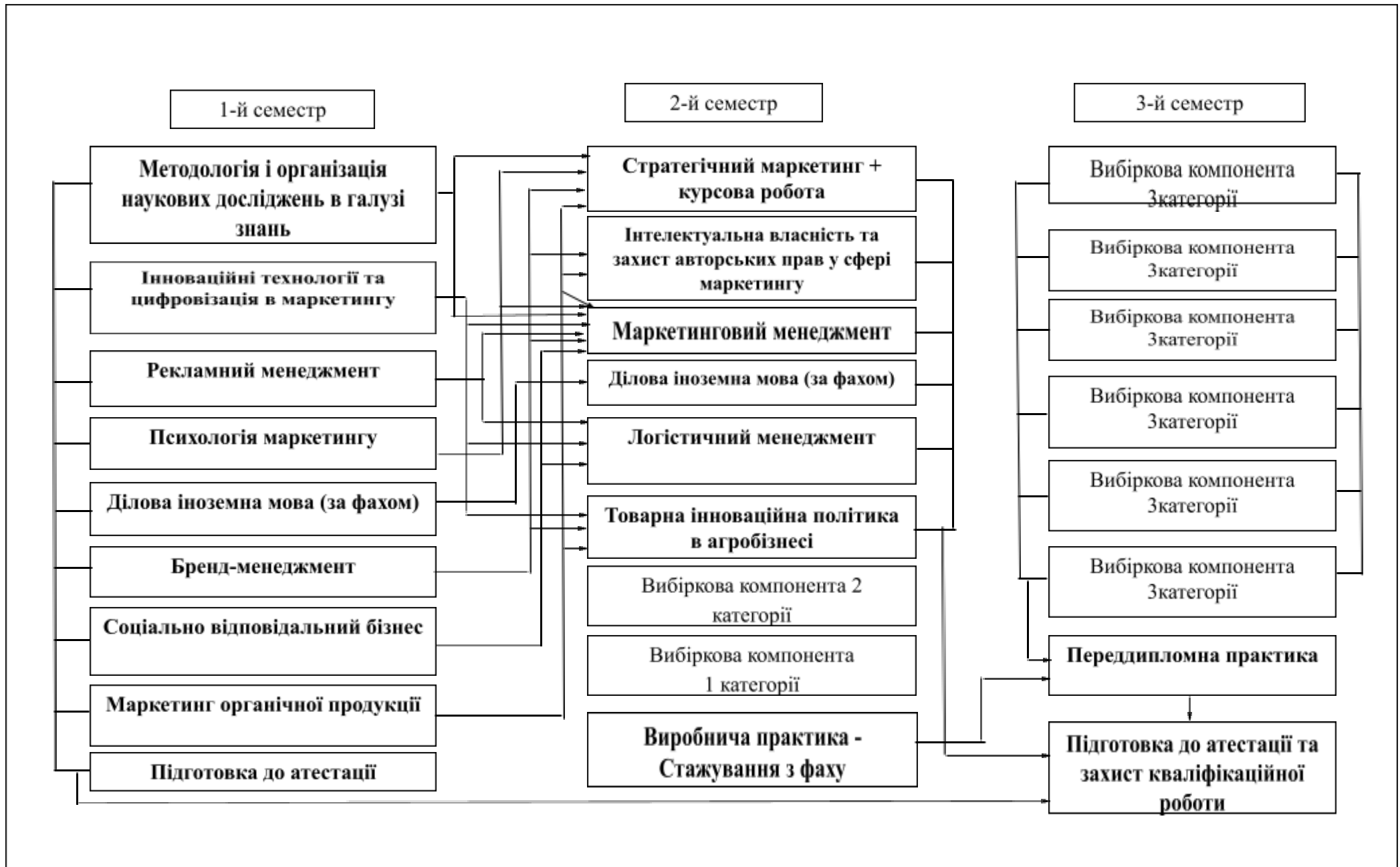
4.2 Структурно-логічна схема освітньої програми **МАРКЕТИНГ**

Пререквізити	Основні та супутні дисципліни	Кореквізити, Постреквізити
---------------------	--------------------------------------	-----------------------------------

1 семестр		
	Методологія і організація наукових досліджень в галузі знань	Стратегічний маркетинг; Маркетинговий менеджмент; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
	Інноваційні технології та цифровізація в маркетингу	Логістичний менеджмент; Маркетинговий менеджмент; Товарна інноваційна політика в агробізнесі; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
	Рекламний менеджмент	Логістичний менеджмент; Маркетинговий менеджмент; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
	Психологія маркетингу	Стратегічний маркетинг; Маркетинговий менеджмент; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
	Ділова іноземна мова (за фахом)	Ділова іноземна мова (за фахом)
	Соціально відповідальний бізнес	Маркетинговий менеджмент; Логістичний менеджмент; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
	Бренд-менеджмент	Стратегічний маркетинг; Маркетинговий менеджмент Товарна інноваційна політика в агробізнесі Інтелектуальна власність та захист авторських прав у сфері маркетингу; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
	Маркетинг органічної продукції	Стратегічний маркетинг; Маркетинговий менеджмент Товарна інноваційна політика в агробізнесі;

		Інтелектуальна власність та захист авторських прав у сфері маркетингу; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
	Підготовка до атестації	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
2 семестр		
Методологія і організація наукових досліджень в галузі знань; Психологія маркетингу; Бренд-менеджмент; Маркетинг органічної продукції	Стратегічний маркетинг	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Соціально відповідальний бізнес; Психологія маркетингу Бренд-менеджмент; Маркетинг органічної продукції	Інтелектуальна власність та захист авторських прав у сфері маркетингу	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Методологія і організація наукових досліджень в галузі знань; Інноваційні технології та цифровізація в маркетингу; Рекламний менеджмент; Соціально відповідальний бізнес; Психологія маркетингу; Маркетинг органічної продукції	Маркетинговий менеджмент	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Ділова іноземна мова (за фахом)	Ділова іноземна мова (за фахом)	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Інноваційні технології та цифровізація в маркетингу; Рекламний менеджмент; Соціально відповідальний бізнес	Логістичний менеджмент	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Інноваційні технології та цифровізація в маркетингу; Маркетинг органічної продукції; Бренд-менеджмент	Товарна інноваційна політика в агробізнесі	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Наповнюється, залежно від обраних вибірових компонентів	Вибіркова компонента гуманітарної та соціально-економічної підготовки (1 категорія)	Наповнюється, залежно від обраних вибірових компонентів

Наповнюється, залежно від обраних вибірових компонентів	Вибіркова компонента природничо-наукової (фундаментальної) підготовки (2 категорія)	Наповнюється, залежно від обраних вибірових компонентів
	Виробнича практика – Стажування з фаху	Переддипломна практика
3 семестр		
Стратегічний маркетинг; Інтелектуальна власність та захист авторських прав у сфері маркетингу; Маркетинговий менеджмент; Ділова іноземна мова (за фахом); Логістичний менеджмент; Товарна інноваційна політика в агробізнесі	Вибіркова компонента професійної і практичної підготовки (3 категорія)	Переддипломна практика; Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Вибіркова компонента професійної і практичної підготовки (3 категорія); Виробнича практика -Стажування з фаху	Переддипломна практика	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи
Методологія і організація наукових досліджень в галузі знань; Інноваційні технології та цифровізація в маркетингу; Рекламний менеджмент; Психологія маркетингу; Соціально відповідальний бізнес; Бренд-менеджмент; Маркетинг органічної продукції; Підготовка до атестації; Стратегічний маркетинг; Інтелектуальна власність та захист авторських прав у сфері маркетингу; Маркетинговий менеджмент; Ділова іноземна мова (за фахом); Логістичний менеджмент; Товарна інноваційна політика в агробізнесі; Переддипломна практика	Підготовка до атестації та захист кваліфікаційної роботи	



V. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується невизначеністю умов та вимог, і потребує застосування інноваційних рішень. Кваліфікаційна робота не повинна містити плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена в репозиторії закладу вищої освіти.

VI. ВИМОГИ ДО НАЯВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У Дніпровському державному аграрно-економічному університеті функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичний перегляд змісту освітніх програм;
- 3) систематичне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету та регулярне оприлюдненням результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті Університету або на інформаційних стендах;
- 4) сприяння своєчасному підвищенню кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) сприяння забезпеченню наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) функціонування інформаційної системи для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) функціонування системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників Університету і здобувачів вищої освіти.

VII. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

1. Стандарт вищої освіти другого (магістерського) рівня за галуззю знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг від 10.07.2019 р. № 960. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>
2. Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII «Про вищу освіту» (останні зміни № 2925-IX від 23.02.2023. URL: <http://surl.li/kfvn>.
3. Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII «Про освіту». URL: <http://surl.li/awtx>.
4. Національна рамка кваліфікацій, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 (із змінами, внесеними згідно з Постановами КМ № 509 від 12.06.2019, № 519 від 25.06.2020). URL: <http://surl.li/gkrz>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, підготовка здобувачів вищої освіти» від 29 квітня 2015 р. № 266. (в

редакції постанови Кабінету Міністрів України від 7 липня 2021 р. № 762). URL: <http://surl.li/rsml>.

6. Наказ Міністерства освіти і науки України «Таблиця відповідності переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 6 листопада 2015 р. № 1151. URL: <http://surl.li/cohgd>.

7. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365). URL: <http://surl.li/ruki>.

8. Методичні рекомендації щодо розроблення освітніх програм (Лист МОН України 1/9-239 від 28.04.2017. URL: <http://surl.li/glai>.

9. Національний класифікатор України: класифікатор професій ДК 003:2010. Затверджено та надано чинності - Наказ Держспоживстандарту України від 28.07.2010 № 327 (зі змінами і доповненнями). Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>

10. Положення про освітні програми в ДДАЕУ (наказ № 1265 від 31.05.2024 р.). URL: <http://surl.li/aojli>.

11. Положення про гаранта освітньої програми в ДДАЕУ (наказ № 1715 від 01.07.2022 р.). URL: <http://surl.li/dhhfd>.

12. Положення про порядок обрання здобувачами вищої освіти вибіркового навчальних дисциплін у ДДАЕУ (наказ № 434 від 26.02.2021 р.). URL: <http://surl.li/piwk>.

13. Положення про організацію освітнього процесу в ДДАЕУ (наказ № 1917 від 28.06.2024 р.). URL: (<https://drive.google.com/file/d/1KY88Bgm-BwzUwaW6Wun6ha6tfBAxp1YG/view>).

14. Положенням про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в ДДАЕУ (наказ №1725 від 03.07.2023 р.). URL: https://www.dsau.dp.ua/ua/page/polozen_reglament_organizac_osvitn_procesu.html

15. Постанова Кабінету Міністрів України Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти від 30.08.2024 р. № 1021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-п#Text>

16. Професійний стандарт Фахівець з методів розширення ринків збуту (МАРКЕТОЛОГ) затверджений рішенням конференції ГО Українська Асоціація Маркетингу від 09.01.2025р. (рішення №1, протокол № 1). URL: https://register.nqa.gov.ua/uploads/0/714-2_ps_fahivec_z_metodiv_rozsirennia_rinku_zbutu_marketolog.pdf

8.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми МАРКЕТИНГ

Назва освітньої компоненти	Програмні результати навчання																
	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16	ПРН 17
ОК 1		•						•		•				•		•	
ОК 2		•	•		•												
ОК 3					•			•									
ОК 4			•	•		•					•	•	•				
ОК 5	•	•				•				•		•	•	•			
ОК 6		•		•				•						•	•		
ОК 7		•				•	•		•						•	•	•
ОК 8	•	•		•		•	•	•		•		•	•				
ОК 9		•	•					•		•	•				•		
ОК 10				•				•						•			
ОК 11		•		•			•		•	•	•		•		•	•	•
ОК 12	•	•						•					•			•	
ОК 13	•	•							•	•	•	•		•		•	•
ОК 14	•		•	•		•	•	•	•	•	•	•		•	•		
ОК 15	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	
ОК 16	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

Схвалено на засіданні робочої групи із оновлення
освітньо-професійної програми МАРКЕТИНГ
за другим рівнем вищої освіти
Голова робочої групи - Гарант ОПП
Марія БАГОРКА
(Протокол № від « » 2025 р.)