

**Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Відокремлений підрозділ Національного університету
біоресурсів і природокористування України
"Ніжинський агротехнічний інститут"**

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Відокремленого
підрозділу Національного університету
біоресурсів і природокористування
України

«Ніжинський агротехнічний інститут»

Протокол № від 14.05.2026 року

Голова вченої ради

проф. Василь ЛУКАЧ



**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
"МАРКЕТИНГ"**

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ)
БАКАЛАВР**

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

**D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ
ТА ПРАВО**

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

D5 МАРКЕТИНГ

КВАЛІФІКАЦІЯ

БАКАЛАВР МАРКЕТИНГУ

Ніжин – 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю D5 "Маркетинг" містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти; 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.

Освітньо-професійна програма підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 "Маркетинг" розроблена відповідно до Закону України "Про вищу освіту" від 01.07.2014 р., Постанов Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. "Про затвердження Національної рамки кваліфікацій" від 30.12.2015 р. № 1187, "Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти" від 30.12.2015 р., методичних рекомендацій "Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації" (2014 р.), стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 "Маркетинг" галузі знань D "Бізнес, адміністрування та право" для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України 1343 від 05.12.2018 р.).

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» зі спеціальності D5 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут» Факультет агротехнологій та економіки Кафедра менеджменту та аграрної економіки
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітній ступінь «Бакалавр». Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС.
Наявність акредитації	Акредитується вперше
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA- перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому на навчання до Відокремленого підрозділу Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут», затвердженими Вченою радою.
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	3 роки 10 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nati.org.ua

2 - Мета освітньо-професійної програми

Надати освіту в сфері маркетингу із широким доступом до працевлаштування, підготувати здобувачів із особливим інтересом до певних областей маркетингу для подальшого навчання.

3 - Характеристика освітньої програми

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
---	---

	Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в галузі D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності D 5 «Маркетинг» Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, концепції маркетингу, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, збутова діяльність, маркетингові комунікації, аграрний маркетинг, поведінка споживача.
Особливості освітньої програми	Програма спрямована на надання поглиблених знань та фахових навичок з маркетингу, плануванні і оцінюванні маркетингової діяльності організацій аграрної сфери, враховуючи вимоги ринку праці і діджиталізацію маркетингового середовища. Факультет аграрного менеджменту здійснює підготовку студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» як крім української ще й англійською мовою. Щорічно одна академічна група проходить навчання англійською мовою, що надає здобувачам широкі можливості участі у міжнародних програмах мобільності, програмах подвійних дипломів та паралельного навчання.
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники підготовлені до виконання професійних функцій за одним або кількома з видів економічної діяльності за національним класифікатором України Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми. Фахівці готуються для організаційно-управлінської, господарської, комерційної діяльності у сфері маркетингу. Випускники можуть працювати на таких посадах згідно видів економічної діяльності за класифікатором ДК 009:2010: 3415 Агент комерційний; 3415 Мерчандайзер; 3415 Торговець комерційний; 3415 Торговець промисловий; 3415 Представник торговельний; 3419 Організатор із збуту; 3419 Організатор з постачання; 3429 Агент рекламний; 3429 Представник з реклами; 3429 Торговець Обслуговування бізнесу та реклами). Права випускників на працевлаштування не обмежуються
Подальше навчання	Продовження навчання для здобуття другого (магістерського) рівня. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студенто-центроване навчання, технологія проблемного і диференційованого навчання, технологія інтенсифікації та індивідуалізації навчання, технологія програмованого навчання, інформаційна технологія, технологія розвивального навчання,

	кредитно-трансферна система організації навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекції, мультимедійної лекції, інтерактивної лекції, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами.
Оцінювання	Згідно положення про організацію освітнього процесу видами контролю знань здобувачів вищої освіти є вхідний, поточний, підсумковий (семестровий контроль та атестація) контроль. Згідно з чинним Положенням семестровими контрольними заходами виконання програм навчальних дисциплін є залік або екзамен. Форма контролю чітко визначена ОП і навчальним планом для кожного освітнього компонента. Форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів є чіткими, зрозумілими, надають можливість встановити досягнення результатів навчання здобувачів та своєчасно доводяться до них в силабусах дисциплін. Залік виставляється за умови, якщо здобувач вищої освіти виконав основні види навчальної роботи, визначені робочою програмою дисципліни, робочою програмою практики, методичним рекомендаціями до виконання курсової роботи (проєкту) та отримав підсумкову оцінку з освітньої компоненти не менше 60 балів за 100-бальною шкалою. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни, підсумковою формою контролю за якою передбачено екзамен, визначається як сума балів з навчальної роботи (не більше 70 балів) та балів з атестації (не більше 30 балів). Під час поточного контролю оцінюються відповіді студента на семінарських (практичних) заняттях, а також результати самостійної / індивідуальної роботи. Детальний опис оцінювання кожного виду роботи наведений у силабусах дисциплін.
6 – 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)	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

	ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 - Програмні результати навчання	
Р1. 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 нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. 9
- 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.

8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Всі розробники є штатним співробітниками ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут» До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.
Матеріально-технічне	Навчально-лабораторна база структурних підрозділів факультету агротехнологій та економіки дозволяє організовувати та проводити

забезпечення	заняття з усіх навчальних дисциплін на достатньому рівні. Для проведення лекційних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні лабораторії обладнані необхідними приладами, інструментами, комп'ютерами та програмним забезпеченням. Кафедри мають усе необхідне обладнання і прилади для проведення занять.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	На основі двосторонніх договорів між ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут» та закладами вищої освіти України. Всі зареєстровані в інституті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-наукової програми викладені на освітньому порталі https://nati.org.ua , В інституті працює бібліотека з 2 читальними залами на 115 місць, яка знаходиться в центральному навчальному корпусі, загальна площа бібліотечних приміщень становить 375,6 м ² . Щорічно бібліотека одержує більше 70 назв журналів та газет. Одним з надбань бібліотеки є фонд рідкісної книги, який нараховує 126 книг (з 1859 року). У ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут» створений навчально-інформаційний портал на базі потужної платформи дистанційного навчання Moodle (http://moodle.nati.org.ua).
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут» та закладами вищої освіти України.

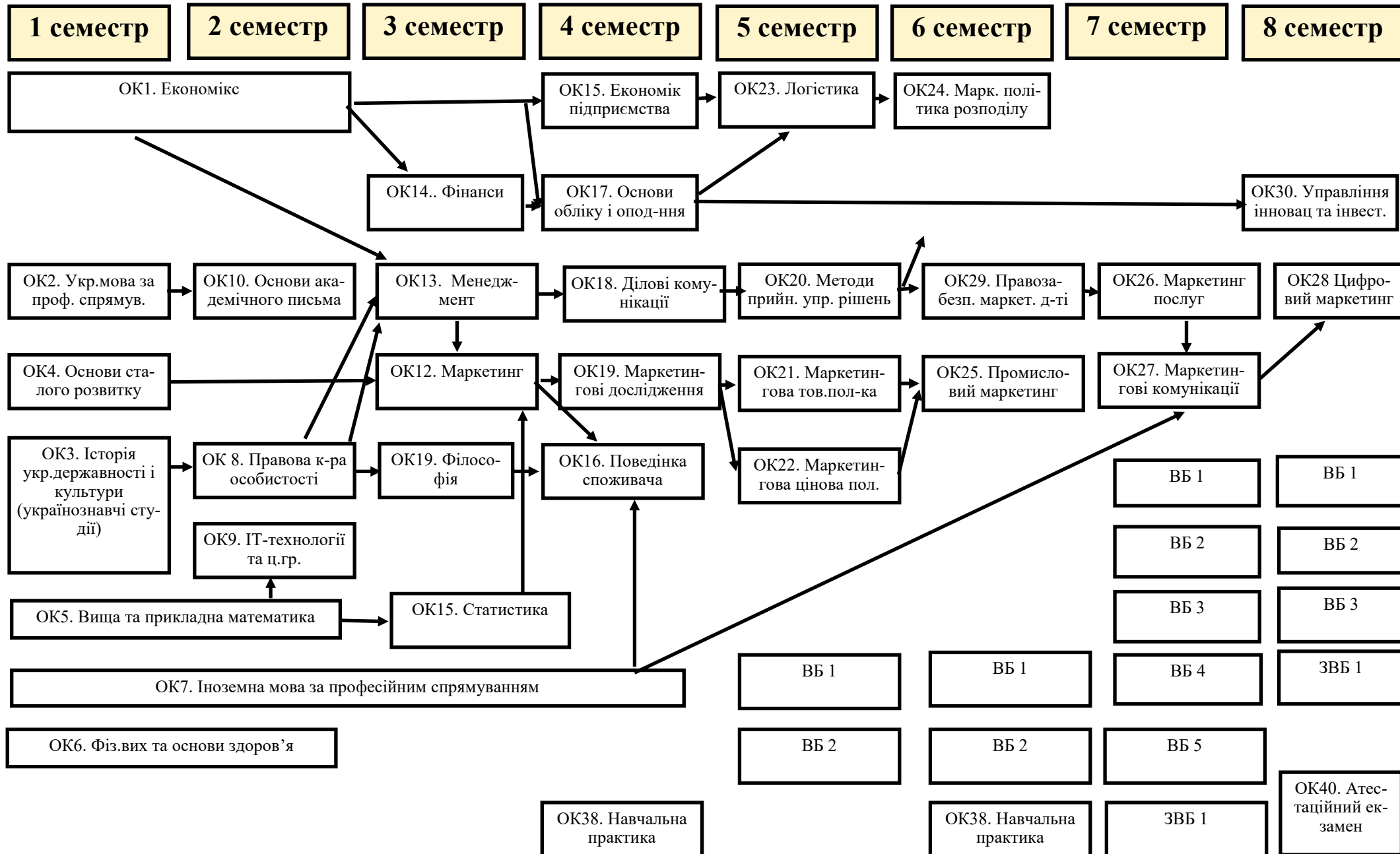
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми бакалавра зі спеціальності D5 "Маркетинг" їх логічна послідовність

2.1.Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП			
OK1	Економікс	10	Залік, екзамен
OK2	Українська мова за професійним спрямуванням	4	Екзамен
OK3	Історія української державності і культури (українознавчі студії)	6	Екзамен
OK4	Основи сталого розвитку	4	Залік
OK5	Вища та прикладна математика	8	Залік, екзамен
OK6	Фізичне виховання та основи здоров'я	6	Залік
OK7	Іноземна мова за професійним спрямуванням	11	Залік, екзамен
OK8	Правове культура особистості	4	Екзамен
OK9	ІТ-технології та цифрова грамотність	5	Залік
OK10	Основи академічного письма	4	Залік
OK11	Статистика	6	Екзамен
OK12	Маркетинг	6	Екзамен
OK13	Менеджмент	6	Екзамен
OK14	Фінанси	6	Залік
OK15	Економіка і фінанси підприємства	6	Екзамен
OK16	Поведінка споживачів	6	Екзамен
OK17	Основи обліку і оподаткування	6	Екзамен
OK18	Ділові комунікації	6	Залік
OK19	Маркетингові дослідження	5	Залік
OK20	Методи прийняття управлінських рішень	4	Екзамен
OK21	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
OK22	Маркетингова цінова політика	6	Екзамен
OK23	Логістика	4	Екзамен
OK24	Маркетингова політика розподілу	6	Екзамен
OK25	Промисловий маркетинг	6	Екзамен
OK26	Маркетинг послуг	5	Екзамен
OK27	Маркетингові комунікації	5	Екзамен
OK28	Цифровий (Digital) маркетинг	4	Екзамен
OK29	Правове забезпечення маркетингової діяльності	4	Залік
OK30	Управління інноваціями та інвестиціями	3	Екзамен
OK31	Основи національного спротиву	5	Залік
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП			
<i>Вибіркові дисципліни за спеціальністю 5 семестр</i> <i>(*здобувач обирає 2 компоненти зі списку)</i>			
ВБ 1.1	Вибіркова дисципліна 1	6	Залік
ВБ 1.2	Вибіркова дисципліна 2	6	Залік
ВБ 1.3	Вибіркова дисципліна 3	6	Залік
ВБ 1.4	Вибіркова дисципліна 4	6	Залік
<i>Вибіркові дисципліни за спеціальністю 6 семестр</i> <i>(*здобувач обирає 2 компоненти зі списку)</i>			
ВБ 2.1	Вибіркова дисципліна 1	6	Залік

ВБ 2.2	Вибіркова дисципліна 2	6	Залік
ВБ 2.3	Вибіркова дисципліна 3	6	Залік
ВБ 2.4	Вибіркова дисципліна 4	6	Залік
Вибіркові дисципліни за спеціальністю 7 семестр (здобувач обирає 4 компоненти зі списку)			
ВБ 3.1	Вибіркова дисципліна 1	4	Залік
ВБ 3.2	Вибіркова дисципліна 2	4	Залік
ВБ 3.3	Вибіркова дисципліна 3	4	Залік
ВБ 3.4	Вибіркова дисципліна 4	4	Залік
ВБ 3.5	Вибіркова дисципліна 5	4	Залік
ВБ 3.6	Вибіркова дисципліна 6	4	Залік
ВБ 3.7	Вибіркова дисципліна 7	4	Залік
ВБ 3.8	Вибіркова дисципліна 8	4	Залік
Вибіркові дисципліни за спеціальністю 8 семестр (*здобувач обирає 3 компоненти зі списку)			
ВБ 4.1	Вибіркова дисципліна 1	5	Залік
ВБ 4.2	Вибіркова дисципліна 2	5	Залік
ВБ 4.3	Вибіркова дисципліна 3	5	Залік
ВБ 4.4	Вибіркова дисципліна 4	5	Залік
ВБ 4.5	Вибіркова дисципліна 5	5	Залік
ВБ 4.6	Вибіркова дисципліна 6	5	Залік
Вибіркові дисципліни із загальноінститутського списку			
ВБ 5.1	Вибіркова дисципліна 1	3	Залік
ВБ 5.2	Вибіркова дисципліна 2	3	Залік
ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА			
ОК32	Виробнича практика	6	Залік
АТЕСТАЦІЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ			
ОК33	Атестаційний екзамен	1	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		240	

Структурно-логічна схема ОПШ Маркетинг



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів освітньо-професійної програми «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня «Бакалавр» із присвоєнням кваліфікації бакалавра маркетингу.

Атестаційний екзамен є комплексною перевіркою рівня відповідності компетентностей випускників стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг».