

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

підготовки здобувачів
першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 – «Маркетинг»
галузі знань 07 – «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: бакалавр з маркетингу; викладач економіки

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради В.В.Стибель
(протокол № 5 від «29» серпня 2019 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2019 р.

Ректор В.В.Стибель
(наказ № 158 від «29» серпня 2019 р.)



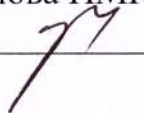
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Кваліфікація

Перший (бакалаврський)
07 – «Управління та адміністрування»
075 – «Маркетинг»
Бакалавр з маркетингу;
викладач економіки

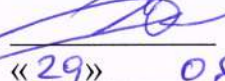
РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією
спеціальності 075 – «Маркетинг»
Протокол № 6 від «5» 06 2019 р.
Голова НМК спеціальності

 С.І.Поперечний

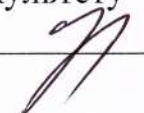
ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи
Львівського національного університету
ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С.З.Гжицького

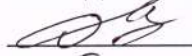
 І. В.Двилюк
«29» 08 2019 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною комісією
факультету економіки та менеджменту
Протокол № 7 від «5» 06 2019 р.
Голова навчально-методичної комісії
факультету

 С.І.Поперечний

Декан факультету економіки та
менеджменту

 О.Я.Гримак
«5» 06 2019 р.

1. Профіль освітньої програми для здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1. Загальна інформація	
<i>Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ</i>	Факультет економіки та менеджменту Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького
<i>Рівень вищої освіти</i>	Перший (бакалаврський) рівень
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Бакалавр
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому</i>	Диплом бакалавра, одиничний
<i>Галузь знань</i>	07 «Управління та адміністрування»
<i>Спеціальність</i>	075 – «Маркетинг»
<i>Освітня кваліфікація</i>	Бакалавр з маркетингу
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
<i>Обсяг програми</i>	<ul style="list-style-type: none"> • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») здобутого за спеціальностями галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальністю 051 «Економіка» –120 кредитів ЄКТС;
<i>Наявність акредитації</i>	Сертифікат серії НД - II № 1475458 дійсний до 1 липня 2025 р
<i>Рівень програми</i>	6 рівень Національної рамки кваліфікацій України (НРК). 6 рівень Європейської рамки кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF LLL). Перший цикл Європейського простору вищої освіти (HPFQ ENEA)
<i>Передумови</i>	Повна загальна середня освіта або ступінь вищої освіти «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст»)
<i>Мова викладання</i>	Українська мова
<i>Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	http://vet.edu.ua/navchalna-robota/osvitni-prohramy.html
2. Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3. Характеристика програми	
<i>Опис предметної області</i>	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</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>
<i>Фокус програми</i>	Маркетингова діяльність як поведінка суб'єкта господарювання в ринковому середовищі для реалізації його економічних та соціальних інтересів. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика,

	маркетингове ціноутворення, система маркетингових комунікацій.
<i>Орієнтація програми</i>	Бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності
<i>Особливості програми</i>	Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій, логістики, інформаційних систем і технологій в маркетингу, математичних і статистичних методів з врахуванням глобалізаційних процесів
4. Придатність випускників до працевлаштування та продовження навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Відповідні робочі місця в установах та на підприємствах різних галузей діяльності і організаційно-правових форм
<i>Академічні права випускників</i>	Можливе подальше продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти
5. Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
<i>Оцінювання</i>	Усні та письмові екзамени, заліки, захист звіту з практики, захист курсових робіт, державна атестація випускника
6. Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність вивішувати 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.
<i>Загальні компетентності</i>	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.
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	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

	<p>маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
--	--

7. Програмні результати навчання

	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефхівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
--	---

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

<i>Кадрове забезпечення</i>	Понад 80% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені
<i>Матеріально – технічне забезпечення</i>	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів, соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку
<i>Інформаційне та навчально – методичне забезпечення</i>	Належна забезпеченість бібліотеки підручниками та посібниками, вітчизняними і закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до джерел Internet, авторські розробки професорсько-викладацького складу.

9. Академічна мобільність

<i>Національна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького та вищими навчальними закладами України
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Укладено договір між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького і Університетом прикладних знань та інформатики (м. Лодзь, Польща) про спільну українсько – польську підготовку з видачею двох дипломів
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Можливе після вивчення курсу української мови

2 Перелік компонент та структурно – логічна схема освітньо – професійної програми

№	Компоненти	Обсяг кредитів		Семестр								Форма підсумк. контролю
		ЕКТС	%	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	Обов'язкові навчальні дисципліни	163	68									
1.1.	Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки	14	6									
1.1.1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3		x								Залік
1.1.2.	Історія України та цивілізаційний процес	4		x								Екзамен
1.1.3.	Іноземна мова	3		x								Залік
1.1.4.	Філософія	4		x								Екзамен
1.2.	Дисципліни фундаментальної, природничо-наукової та загальноекономічної підготовки	45	19									
1.2.1.	Політекономія	4		x								Екзамен
1.2.2.	Мікроекономіка	4				x						Екзамен
1.2.3.	Макроекономіка	5			x							Екзамен
1.2.4.	Історія економіки та економічної думки	5					x					Екзамен
1.2.5.	Математика для економістів											
1.2.5.1.	Вища математика	8		x	x							Залік, екзамен
1.2.5.2.	Теорія ймовірності і математична статистика	4			x							Екзамен
1.2.6.	Економіко-математичні методи та моделі											
1.2.6.1.	Оптимізаційні методи та моделі	4					x					Екзамен
1.2.6.2.	Економетрика	4						x				Екзамен
1.2.7.	Інформатика	7		x	x							Екзамен
1.3.	Дисципліни професійної і практичної підготовки	104	43									
1.3.1.	Економіка підприємства	5				x						Екзамен
1.3.2.	Менеджмент	4						x				Екзамен
1.3.3.	Маркетинг	9						x	x			Екзамен
1.3.4.	Гроші і кредит	4						x				Екзамен
1.3.5.	Фінанси	4				x						Екзамен
1.3.6.	Бухгалтерський облік	4				x						Екзамен
1.3.7.	Економіка праці і соціально трудових відносин	4							x			Екзамен
1.3.8.	Міжнародна економіка	4							x			Екзамен
1.3.9.	Статистика	4					x					Екзамен
1.3.10.	Соціологія	4		x								Екзамен
1.3.11.	Регіональна економіка	5							x			Екзамен
1.3.12.	Екологія	3								x		Залік
1.3.13.	Поведінка споживача	5								x		Залік
1.3.14.	Логістика	5								x		Екзамен
1.3.15.	Маркетингова товарна політика	5								x		Екзамен
1.3.16.	Маркетинг промислового підприємства	4									x	Екзамен
1.3.17.	Маркетингове ціноутворення	6								x		Екзамен
1.3.18.	Маркетинг послуг	5									x	Екзамен
1.3.19.	Маркетингові дослідження	6								x		Екзамен
1.3.20.	Маркетингова політика комунікацій	5									x	Екзамен
1.3.21.	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3						x				Залік
1.3.22.	Виробнича практика	6									x	Захист звіту
2.	Вибіркові навчальні дисципліни	77	32									
2.1.	Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки*	9	4									
	Пакет № 1 Дисципліни психолого-педагогічного блоку											
2.1.1.	Психологія діяльності та навчальний менеджмент	3			x							Залік
2.1.2.	Комунікативні процеси у навчанні	3				x						Залік
2.1.3.	Методика викладання економіки	3					x					Залік

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	Пакет № 2. Дисципліни з поглибленого вивчення іноземної мови											
2.1.1	Ділова іноземна мова	3			x							Залік
2.1.2	Теорія і практика англійського економічного перекладу	3				x						Залік
2.1.3	Соціально-економічна англійська лексика	3					x					Залік
2.2	Дисципліни фундаментальної, природничо-наукової та загальноекономічної підготовки**	21	9									
2.2.1.	Національна економіка	4			x							Залік
2.2.2.	Економічний аналіз	4					x					Залік
2.2.3.	Державне регулювання економіки	4			x							Залік
2.2.4.	Економіка природокористування	3				x						Залік
2.2.5.	Страховання	3				x						Залік
2.2.6.	Інвестування	3						x				Залік
2.3.	Дисципліни професійної та практичної підготовки ***	47	20									
2.3.1.	Інфраструктура аграрного ринку	4						x				Залік
2.3.2.	Міжнародний маркетинг	4									x	Залік
2.3.3.	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	3							x			Залік
2.3.4.	Економіка і організація заготівель та реалізації сільськогосподарської продукції	4					x					Залік
2.3.5.	Інформаційні системи і технології маркетингу	3									x	Залік
2.3.6.	Маркетинг закупівель	3							x			Залік
2.3.7.	Аграрна політика	4				x						Залік
2.3.8.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	3									x	Залік
2.3.9.	Економіка і організація обслуговуючих кооперативів у сільському господарстві	4						x				Залік
2.3.10.	Організація виробництва у сільськогосподарських підприємствах	3					x					Залік
2.3.11.	Організація виробництва на підприємствах м'ясо-молочної промисловості	3					x					Залік
2.3.12.	Світове сільське господарство	3			x							Залік
2.3.13.	Товарознавство	3							x			Залік
2.3.14.	Біржі та біржова діяльність	3							x			Залік
	Всього	240	100	29	31	30	30	30	30	30	30	

* Студенти вибирають пакет дисциплін психолого-педагогічного циклу (пакет №1) або поглибленого вивчення іноземної мови (пакет №2). Студентам, які вибрали пакет №1 та склали додатковий державний екзамен з дисциплін психолого-педагогічного циклу, додатково, крім основної присвоюється кваліфікація викладача економіки.

** Альтернативні дисципліни фундаментальної, природничо-наукової та загальноекономічної підготовки, які можуть обирати студенти: валютно-фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності; аудит; регуляторна політика у сільському господарстві; міжнародна економічна діяльність України; економічний ризик і методи його вимірювання; оподаткування; діяльності сільськогосподарських підприємств.

*** Альтернативні дисципліни професійної та практичної підготовки, які можуть обирати студенти: транспортні системи та складське господарство; міжнародні канали розподілу; технологія роздрібної торгівлі; технологія оптової торгівлі; математичні методи в ринковій економіці; машинна обробка маркетингової інформації; стандартизація і сертифікація продукції і послуг; планування діяльності підприємства; бізнес АПК економіка сільських територій товарознавство господарське законодавство; технологія зберігання, консервування і переробки молока; технологія зберігання, консервування і переробки м'яса; експорт та імпорт сільськогосподарської продукції; основи технології, міжнародний бізнес

5 Матриця відповідності програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньої програми

№	Компонента	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	Українська мова (за професійним спрямуванням)										+							+	
2	Історія України та цивілізаційний процес												+			+			
3	Іноземна мова																	+	
4	Філософія											+	+			+			
5	Політекономія	+			+									+				+	
6	Мікроекономіка	+			+	+													
7	Макроекономіка		+		+	+													
8	Історія економіки та економічної думки		+										+			+			
9	Вища математика					+													
10	Теорія ймовірності і математична статистика		+		+			+		+									
11	Оптимізаційні методи та моделі		+		+			+				+							
12	Економетрика		+		+			+		+									
13	Інформатика		+		+			+											
14	Економіка підприємства				+	+													
15	Менеджмент				+					+					+				
16	Маркетинг	+		+	+	+	+		+	+		+						+	
17	Гроші і кредит											+							
18	Фінанси					+						+							
19	Бухгалтерський облік											+							
20	Економіка праці і соціально трудових відносин											+					+		
21	Міжнародна економіка	+										+							
22	Статистика					+		+				+							
23	Соціологія		+					+				+				+			
24	Регіональна економіка		+																
25	Екологія															+			
26	Поведінка споживача		+			+													
27	Логістика						+												
28	Маркетингова товарна політика		+	+			+		+										
29	Маркетинг промислового підприємства		+	+			+		+										
30	Маркетингове ціноутворення		+	+			+		+										
31	Маркетинг послуг		+	+			+		+										
32	Маркетингові дослідження		+	+			+		+										
33	Маркетингова політика комунікацій		+	+			+		+							+			
34	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці															+			
35	Психологія діяльності та навчальний менеджмент														+		+		
36	Комунікативні процеси у навчанні										+						+		
37	Методика викладання економіки												+						
38	Ділова іноземна мова															+		+	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
39	Теорія і практика англійського економічного перекладу										+								+
40	Соціально-економічна англійська лексика										+							+	+
41	Національна економіка	+	+																
42	Економічний аналіз		+		+								+						
43	Державне регулювання економіки											+							
44	Економіка природокористування				+							+							
45	Страховання									+		+							
46	Інвестування											+							
47	Інфраструктура аграрного ринку		+																
48	Міжнародний маркетинг				+	+													
49	Комерційна діяльність посередницьких підприємств				+							+							
50	Економіка і організація заготівель та реалізації сільськогосподарської продукції											+							
51	Інформаційні системи і технології маркетингу		+		+	+	+												
52	Маркетинг закупівель	+			+														
53	Аграрна політика	+										+							
54	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)																		+
55	Економіка і організація обслуговуючих кооперативів у сільському господарстві	+			+	+						+		+					
56	Організація виробництва у сільськогосподарських підприємствах	+										+		+					
57	Організація виробництва на підприємствах м'ясо-молочної промисловості	+										+		+					
58	Світове сільське господарство	+										+							
59	Товарознавство			+							+								
60	Біржі та біржова діяльність						+			+									+
61	Виробнича практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+			+	+	+	

6. Державна атестація

Атестація бакалаврів з маркетингу здійснюється у формі атестаційних екзаменів з економічної теорії та комплексного державного екзамену за фахом. Студенти, які вивчали за вільним вибором дисципліни психолого-педагогічного циклу можуть скласти відповідний атестаційний екзамен з цих дисциплін і отримати кваліфікацію викладача економіки.

Атестаційні екзамени передбачають оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 – «Маркетинг» та цією освітньо-професійною програмою.

Атестація здійснюється відкрито і публічно, завершується видачею документів встановленого зразка про присудження кваліфікації бакалавра з маркетингу та, за бажанням, викладача економіки.