

Міністерство освіти і науки України  
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН

ЗАТВЕРДЖЕНО  
НА ЗАСІДАННІ ЧЕЛОВІКА РАДИ  
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини  
№ 1 від 19.08.2019р.

Голова Вченої ради ректор професор О.М. Безлюдний

м.п.



підготовки магістра  
галузі знань 07 Управління та адміністрування

спеціальність 075 Маркетинг

освітньо-професійна програма Маркетинг

Форма навчання: денна  
Ступінь вищої освіти: магістр  
Термін навчання: 1 рік 4 місяці  
Освітньо-професійна програма  
На базі: базової або вищої освіти галузі знань 0305 "Економіка та підприємництво" (07 "Управління та адміністрування")  
Освітня кваліфікація: магістр маркетингу

I. ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Курс	вересень	жовтень	листопад	грудень	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень	липень	серпень
Тижні	1 2 3 4 5 6 7 8 9	10 11 12 13 14 15 16 17 18	19 20 21 22 23 24 25 26 27	28 29 30 31 1 2 3 4 5	6 7 8 9 10 11 12 13 14	15 16 17 18 19 20 21 22 23	24 25 26 27 28 29 30 31 1 2	3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14	15 16 17 18 19 20 21 22 23	24 25 26 27 28 29 30 31 1	2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	13 14 15 16 17 18 19 20 21 22
1	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T
2	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T	T T T T T T T T T

II. Бюджет часу (в тижнях)

Курс	Теоретичне навчання	Екзаменаційна сесія	Практика	Атестація	Каникули	Усього
Разом	39	9	8	2	12	70
1	30	6	4			52
II	9	3	4	2		18

T Теоретичне навчання  
С Екзаменаційна сесія  
A Атестація  
K Каникули

V Виробничу практику  
H Навчальну практику  
P Підготовку випускної кваліфікаційної роботи

III. ПРАКТИКА

Назва практики	Семестр	Тижні	Кількість кредитних ЄCTS
Виробничу (асистентська)	2	4	6
Виробничу	3	4	6

IV. АТЕСТАЦІЯ

Форма атестації	Семестр
Комплексний екзамен за фахом	3
Кваліфікаційна робота	3

V. План освітнього процесу

1	2	Розподіл по семестрах					Кредити ЄCTS	Кількість годин						Розподіл по курсах і семестрах (години на тиждень)			
		екзамени	залпки	курсові роботи	Кредити ЄCTS	Загальний обсяг		аудиторних у тому числі					Самостійна робота	1 курс		2 курс	
								Всього	Лекції	Практичні	Семінарска	Лабораторні		1	2	3	4
Кількість навчальних тижнів														17	13	9	
3	4	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
<b>ОБОВ'ЯЗКОВІ ДИСЦИПЛІНИ</b>																	
<b>I. Цикл загальної підготовки</b>																	
<b>I.1. Гуманітарна підготовка</b>																	
ГП.01 Соціальне підприємництво																	
ГП.02 Соціальна відповідальність																	
ГП.03 Бізнес етика в галузі																	
ГП.04 Методологія та організація наукових досліджень																	
<b>I.2. Фундаментальна підготовка</b>																	
ФП.01 Менеджмент персоналу																	
ФП.02 Біржовий ринок																	
ФП.03 Соціальний маркетинг																	
ФП.04 Фінансовий менеджмент																	
<b>II. Цикл професійної підготовки</b>																	
ПП.01 Стратегічний маркетинг																	
ПП.02 Рекламний менеджмент																	
ПП.03 Логістичний менеджмент																	
ПП.04 Маркетинговий менеджмент																	
<b>ДИСЦИПЛІНИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ СТУДЕНТА</b>																	
<b>ВВ1 Вибір дисциплін:</b>																	
<b>ВВ1.1 Блок 1:</b>																	
ВВ1.1.01 Інтернет-реклама і маркетингові стратегії																	
ВВ1.1.02 Вірусний маркетинг																	
ВВ1.1.03 Медіапланування																	
ВВ1.1.04 Бренд-менеджмент																	
ВВ1.1.05 Веб-маркетинг																	
ВВ1.1.06 Діджитал-маркетинг																	
ВВ1.1.07 Електронна комерція																	
ВВ1.1.08 Маркетингове планування																	

ВВ1.2	Блок 2:			24	720	240	108	132		480		12	6
ВВ1.2.01	Стратегія взаємовідносин зі споживачами в маркетингу	2		3	90	30	14	16		60		2	
ВВ1.2.02	Бренд-менеджмент		3	3	90	30	14	16		60			2
ВВ1.2.03	Аналіз маркетингової діяльності підприємства	3		3	90	30	12	18		60			2
ВВ1.2.04	Маркетинг-аналітика		2	3	90	30	14	16		60		2	
ВВ1.2.05	Маркетинг-консалтингових послуг	3		3	90	30	14	16		60			2
ВВ1.2.06	Оптимізація маркетингових рішень	2		3	90	30	14	16		60		2	
ВВ1.2.07	Маркетингові фактори результативності бізнесу	2		3	90	30	12	18		60		2	
ВВ1.2.08	Маркетингове планування		2	3	90	30	14	16		60		2	
<b>III.</b>	<b>Науково-дослідницька робота і практика</b>			<b>22</b>	<b>660</b>					<b>660</b>			
<b>П</b>	<b>Практична підготовка</b>			<b>12</b>	<b>360</b>					<b>360</b>			
П.01	Виробнича (асистентська) практика		2	6	180					180			
П.02	Виробнича практика		3	6	180					180			
	Атестація			1	30					30			
	Підготовка кваліфікаційної роботи			9	270					270			
	<b>Всього годин:</b>			<b>90</b>	<b>2700</b>	<b>680</b>	<b>322</b>	<b>358</b>		<b>2020</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
	<b>Кількість екзаменів:</b>		<b>15</b>							<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	
	<b>Кількість заліків:</b>		<b>5</b>							<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	
	<b>Кількість курсових робіт</b>		<b>1</b>								<b>1</b>		

Навчальний план складено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра та стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (нова стандарту за наявності чи назва освітньо-професійної програми)

Затверджено на засіданні вченої ради Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти. Протокол № 1 від 1.08.2019 р.

Завідувач випускової кафедри \_\_\_\_\_ (С.М. Подзігун)

Директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти \_\_\_\_\_ (О.Г. Чирва)

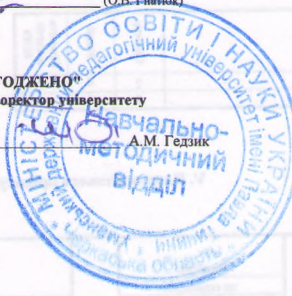
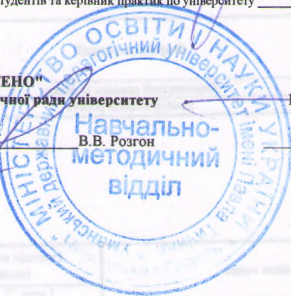
Погоджено:

Начальник навчально-методичного відділу \_\_\_\_\_ (І.А. Денисюк)

Відповідальний за стажування студентів та керівник практик по університету \_\_\_\_\_ (О.В. Гинюк)

"ПОГОДЖЕНО"  
Голова навчально-методичної ради університету

"ПОГОДЖЕНО"  
Перший проректор університету



№	Назва курсу	Семестр	Година	Лекції	Семінари	Лабораторні	Практичні	Інші	Всього
1	Стратегія взаємовідносин зі споживачами в маркетингу	1	90	30	14	16			60
2	Бренд-менеджмент	1	90	30	14	16			60
3	Аналіз маркетингової діяльності підприємства	1	90	30	12	18			60
4	Маркетинг-аналітика	1	90	30	14	16			60
5	Маркетинг-консалтингових послуг	1	90	30	14	16			60
6	Оптимізація маркетингових рішень	1	90	30	14	16			60
7	Маркетингові фактори результативності бізнесу	1	90	30	12	18			60
8	Маркетингове планування	1	90	30	14	16			60
9	Виробнича (асистентська) практика	2	180						180
10	Виробнича практика	2	180						180
11	Атестація	2	30						30
12	Підготовка кваліфікаційної роботи	2	270						270
13	<b>Всього годин:</b>		<b>2700</b>	<b>680</b>	<b>322</b>	<b>358</b>			<b>2020</b>
14	<b>Кількість екзаменів:</b>		<b>15</b>						<b>5</b>
15	<b>Кількість заліків:</b>		<b>5</b>						<b>2</b>
16	<b>Кількість курсових робіт</b>		<b>1</b>						<b>1</b>