

Міністерство освіти і науки України
Кропивницький аграрний фаховий коледж



ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о.директора коледжу
Інна Новікова

18 серпня 2025 р.

РОБОЧИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПЛАН
підготовки фахового молодшого бакалавра
на 2025-2026 навчальний рік для групи К 231

Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**

Спеціальність **075 «Маркетинг»**

Освітня кваліфікація **фаховий молодший бакалавр з маркетингу**

Форма навчання **очна (денна)**

Рік вступу **2023**

Термін навчання – на основі базової загальної середньої освіти **2 роки 10 місяців**

1.Графік освітнього процесу

Курс	вересень				жовтень				листопад					грудень				січень				лютий				березень					квітень				травень					червень				липень					серпень				
	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	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	
3													н	н				с	с	к	к						н	н	н	н							с	с	п	п	п	п	с к										

□ - теоретичне навчання с - екзаменаційна сесія н – навчальна практика к- канікули п- переддипломна практика
ек- складання кваліфікаційного екзамену

2.Зведені дані за бюджетом часу

курс	теоретичне навчання тижнів	екзаменаційна сесія (тижнів)	практика (в тижнях)			Кваліфікаційний іспит	Канікули (в тижнях)	всього
			навчальна	виробнича	переддипломна			
3	27	3,5	5,5	-	4	1	2	43

3. Практики

№з/п	Назва практики	Семестр	Тижнів
1	Маркетинг	6	4
2	Товарознавство	5	1,5
3	Виробнича	6	4

4. Державна атестація

Назва навчальної дисципліни	Форма державної атестації (екзамен, проект)	Семестр

5. План освітнього процесу

I	Назва дисциплін	Розподіл за семестрами				Кількість годин					Розподіл за курсами та семестрами		
		Екзаменів	Заліків	Курсових робіт	Кількість контрольних	Кількість кредитів	Загальний обсяг годин	Аудиторних з них			самостійна робота	3 курс	
								Всього	лекцій	ЛПЗ, семінарів		5 сем 16 тиж	6 сем 11 тиж
	НОРМАТИВНІ ДИСЦИПЛІНИ												
	2 .Цикл професійної та практичної підготовки												
15	Основи товарознавства (OK15)	5			1(4)	5	150	110	60	50	40	5(74)	
16	Маркетинг (OK16)	5			1(4)	7	210	140	84	56	70	5(90)	
20	Фінансовий облік (OK20)	6			1(5)	4	120	60	30	30	60	2(30)	2(30)
21	Інфраструктура товарного ринку (OK21)	5				3	90	60	36	24	30	4(60)	
22	Маркетингова комунікаційна політика (OK22)	6			1(5)	4	120	80	40	40	40	2(34)	4(46)
25	Маркетингові дослідження (OK 25)	6	5			5	150	100	60	40	50	3(50)	4 (50)
27	Інформаційні системи в маркетингу (OK27)		6		1(5)	3	90	50	10	40	40	2(32)	2(18)
28	Логістика (OK28)	6			1(5)	3	90	60	30	30	30	2(30)	4(30)
29	Охорона праці в галузі (OK29)		5			2	60	30	14	16	30	2(30)	
II	ВИБІРКОВІ ДИСЦИПЛІНИ За вибором здобувача освіти												
30	Етика бізнесу (BK 1.1)		6			3	90	30	14	16	60		4(30)
31	Менеджмент (BK 2.1)					3	90	60	30	30	30		6(60)
32	Формування бізнес-моделювання підприємства (BK 3.2)		6			3	90	30	18	12	60		4(30)
33	Управління персональними фінансами (BK 4.2)		5			2	60	30	16	14	30	2(30)	
34	Графічний дизайн та реклама (BK 5.1)		5			2	60	40	10	30	20	3(40)	
5. 2. Практична підготовка													
1.	Навчальні практики					9	270	160		160	80	40	120
2.	Виробнича практика					6	180	120		120	60		120

Заступниця директора з навчальної роботи

Валентина ДЯКУНЕНКО