МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ – Другий (магістерський)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ – Магістр

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ – D5 Маркетинг

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ – D Бізнес, адміністрування та право

ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ – Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Державного біотехнологічного університету
протокол № 16 від «28» травня 2026р.
та вводиться в дію з «01» вересня 2026р.

В.о. ректора
_____/Олена МОСКАЛЕНКО/

Харків – 2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ ОНОВЛЕННЯ
Освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»

«ПОГОДЖЕНО»
Керівник центру менеджменту якості освіти
_____ Аліна ДИДИКІНА
«28» березня 2026 р.

«ПОГОДЖЕНО»
Декан факультету управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
_____ Світлана СОРОКІНА
«28» травня 2026 р.

«ПОГОДЖЕНО»
Керівник навчального відділу
_____ Анастасія КАШПЕРСЬКА
«28» травня 2026 р.

ПЕРЕДМОВА

Удосконалено проєктною групою у складі:

1. Чміль Г.Л., д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, гарант ОПП;
2. Жегус О.В., д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, член проєктної групи ОПП;
3. Прядко О.М., канд., екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, член проєктної групи ОПП.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Президент ГО «Українська асоціація маркетингу», представниця ESOMAR в Україні 2005-2016 р., канд. екон. наук, доцент Ірина ЛИЛИК
2. Директор служби маркетингу Промислово-будівельної групи «Ковальська», канд. екон. наук Володимир СОБОЛЕВ
3. Професор кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова, д-р екон. наук, проф., Світлана КОВАЛЬЧУК
4. Директор ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ МАРКЕТІНГ ГРУП» Олег СІНАЮК

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

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

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Державний біотехнологічний університет Факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю Кафедра маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікацій мовою оригіналу	Магістр Кваліфікація: магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг
Обмеження щодо форм здобуття освіти	Очна, заочна (обмеження відсутні)
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра Обсяг освітньої програми: на базі першого (бакалаврського) рівня – 90 кредитів ЄКТС; термін програми: 1 рік 4 міс.
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України, Сертифікат УД 21020559 Строк дії сертифіката до 31 грудня 2027 р.
Цикл/рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти; НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра або магістра або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До повного завершення періоду навчання або наступного оновлення програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/osvitnya-diyalnist/osvitni-programi
2. Мета освітньої програми	
Підготовка магістрів маркетингу, здатних розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій в умовах невизначеності, зокрема у ланцюгах продовольчих систем	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність D5 Маркетинг *Об'єкт вивчення* – маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. *Цілі навчання*: 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.

Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	*Теоретичний зміст предметної області*: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категоріальний 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	Прикладна орієнтація освітньо-професійної програми з акцентом на оволодіння здобувачами вищої освіти комплексу компетентностей, необхідних для вирішення складних завдань професійної діяльності у маркетингу та формування фахівців нового покоління, здатних до аналітичної, інноваційної, управлінської, творчої діяльності, безперервної самоосвіти, професійного самовдосконалення й реалізації можливостей подальшого навчання та професійного розвитку.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Основний фокус програми зосереджено на формуванні у здобувачів здатності розроблення та впровадження маркетингових рішень для суб'єктів продовольчих системах (від агровиробництва до кінцевого споживача), спрямованих на розвиток теоретико-методичних засад маркетингового забезпечення управління задля досягнення цілей сталого розвитку. *Ключові слова:* управління, інноваційний маркетинг; маркетингові рішення; стратегічний маркетинг; ланцюги продовольчих систем; сталий розвиток.
Особливості програми	Підготовка фахівців з маркетингу, що ґрунтується на поєднанні фундаментальної теоретичної підготовки та практичної складової, орієнтованою на розроблення й упровадження маркетингових рішень у продовольчих системах – від агровиробництва до кінцевого споживача. Програма інтегрує сучасні концепції маркетингу, аналітичні інструменти з принципами сталого розвитку та реалізується у сприятливому й доброчесному освітньому середовищі, враховує співвідношення циклів підготовки здобувачів вищої освіти та сприяє формуванню нової генерації фахівців з маркетингу – ініціативних, відповідальних, комунікабельних, здатних застосовувати сучасний методичний інструментарій маркетингу (зокрема у продовольчих системах), та створювати умови для формування єдиного інформаційного простору управління.

4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістри маркетингу можуть працювати в службах маркетингу на підприємствах, фірмах, організаціях, установах фінансового та нефінансового сектору економіки, зокрема в консалтингових та дослідницьких організаціях; закладах вищої освіти тощо.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами: 8 рівня НРК, третього циклу QF-EHEA та 8 рівня EQF-LLL
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання, електронне навчання в системі віртуального цифрового середовища Moodle, хмарних технологій, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді лекцій, мультимедійних та інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, майстер-класів, самостійної та індивідуальної роботи. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань та використанням кейс-методів, ділових ігор, самостійна робота на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами, інтерактивних тренінгів, що розвивають комунікативні та лідерські навички й уміння працювати у команді. Проблемно-орієнтоване навчання з набуттям компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Акцент робиться на особистому саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати навчання, що сприятиме формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя.
Оцінювання	Оцінювання результатів навчання здобувачів здійснюється на основі принципів студентоцентрованого підходу, академічної доброчесності та прозорості, передбачає: поточний контроль знань (тестування, презентації); підсумковий контроль (заліки, іспити); оцінювання результатів практичної підготовки; атестацію здобувачів у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра. Застосовується чотирибальна національна шкала (відмінно, добре, задовільно, незадовільно), дворівнева національна шкала (зараховано/не зараховано), стобальна шкала ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності 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 проєкти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) 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 і 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. *Додано ДБТУ:* *СК10. Здатність розробляти та обґрунтовувати маркетингові рішення у ланцюгах продовольчих систем з урахуванням цілей сталого розвитку.*
7. Програмні результати навчання	
Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. *Додано ДБТУ:* *Р16. Розробляти й обґрунтовувати маркетингові рішення у ланцюгах продовольчих систем (від агровиробництва до кінцевого споживача) в контексті сталого розвитку.*	

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму Маркетинг, відповідають кадровим вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. До викладання залучаються науково-педагогічні працівники, які мають науковий ступінь та/або вчене звання, досвід викладання, беруть участь у професійних об'єднаннях, проходять стажування, підвищення кваліфікації та здійснюють наукові дослідження за профілем програми.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічна база відповідає технологічним вимогам щодо провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти. У її склад входять: навчальні корпуси, навчальні приміщення університету, приміщення для навчання студентів (лекційні аудиторії, кабінети для практичних та семінарських занять), комп'ютерні класи, спортивні зали, приміщення для науково-педагогічних працівників, службові приміщення, бібліотека, читальні зали, їдальні, буфети, медичні пункти, гуртожитки.
Інформаційне та навчально - методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення університету відповідають усім технологічним вимогам щодо провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти. Веб-сайт університету, веб сторінки факультету та кафедри відповідають сучасним інформаційним та технічним стандартам; офіційний сайт ДБТУ: https://biotechuniv.edu.ua/; веб-сторінка ФУТПМД: https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/; веб-сторінка кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом: https://biotechuniv.edu.ua/fakulteti-instituti/fakultet-upravlinnya-torgovelno-pidpriyemnitskoyu-ta-mitnoyu-diyalnistyu/kafedra-marketingu-upravlinnya-reputatsieyu-ta-klientskim-dosvidom/. В університеті функціонує наукова бібліотека – сучасний навчальний, науковий і культурний інформаційний центр. Забезпечено доступ до електронних освітніх ресурсів, баз даних, бібліотек, у тому числі міжнародних. Освітній процес забезпечено електронними підручниками, посібниками, відеоматеріалами, практичними завданнями. Підтримка дистанційного навчання здійснюється із застосуванням сучасної системи управління навчанням (LMS) Moodle, сервісу для організації навчальної взаємодії Google Workspace; засобів для проведення відеоконференцій, таких як Zoom, Google Meet.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Можливість участі у програмах академічної мобільності на основі двосторонніх договорів між університетом та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Можливість участі у програмі Erasmus+, проєктах міжнародної кредитної мобільності на основі двосторонніх договорів між університетом та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно чинного законодавства про підготовку іноземних громадян навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на загальних умовах, за кошти фізичних або юридичних осіб, з додатковою мовною підготовкою.

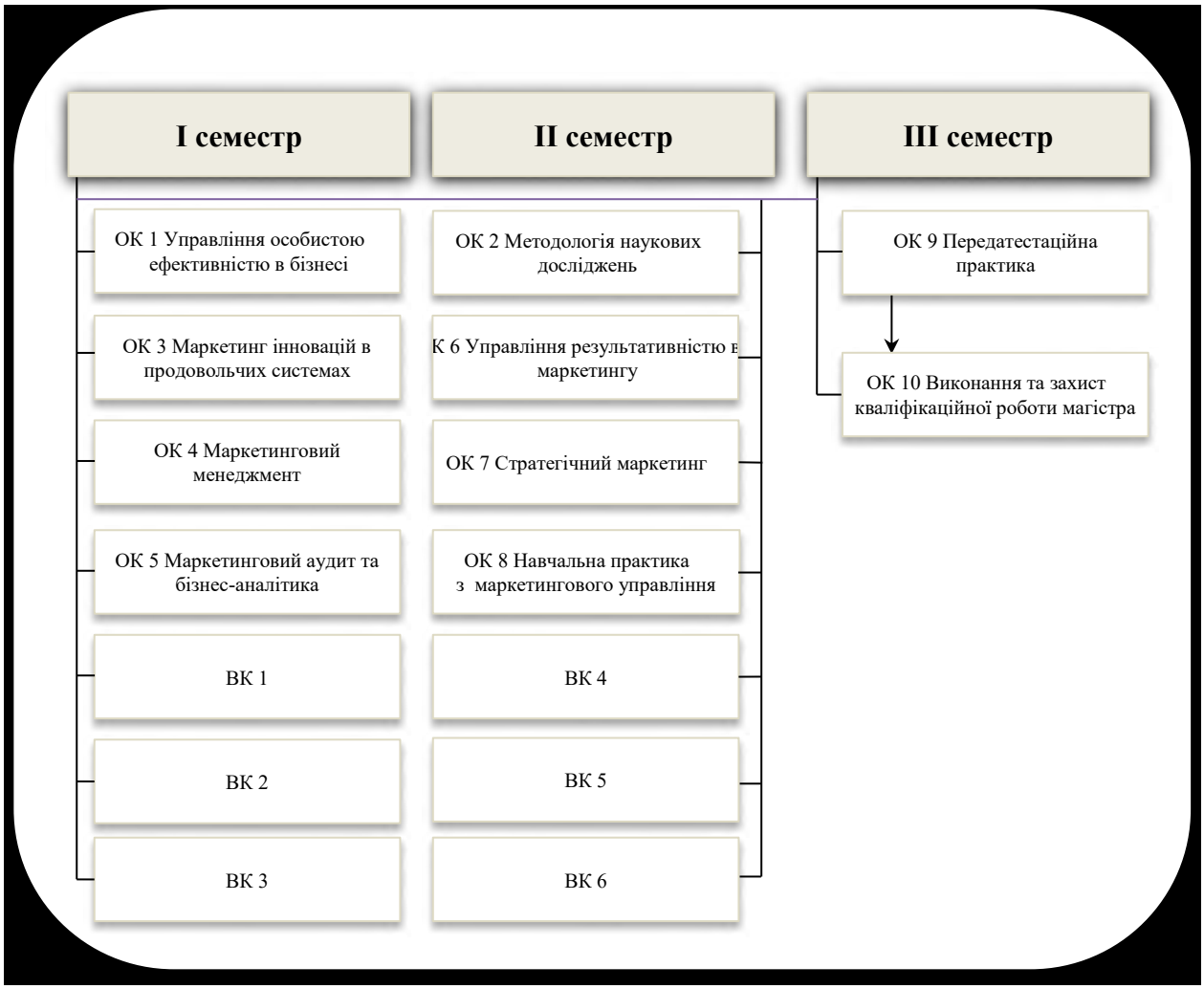
2 Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік освітніх компонент освітньо-професійної програми, 90 кредитів ЄКТС

Код	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1 Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Управління особистою ефективністю в бізнесі	4	залік
ОК 2	Методологія наукових досліджень	4	екзамен
ОК 3	Маркетинг інновацій в продовольчих системах	5	екзамен
ОК 4	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК 5	Маркетинговий аудит та бізнес-аналітика	4	екзамен
ОК 6	Управління результативністю в маркетингу	4	екзамен
ОК 7	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 8	Навчальна практика з маркетингового управління	6	залік
ОК 9	Передатестаційна практика	6	залік
ОК 10	Виконання та захист кваліфікаційної роботи магістра	24	захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент (72%)		**66**	
2 Вибіркові компоненти ОПП*			
Загальний обсяг вибіркових компонент (28%)		**24**	залік
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		**90**	

**Вибір дисциплін здобувачами реалізується на основі Положення про порядок обрання здобувачами освіти вибіркових навчальних дисциплін у Державному біотехнологічному університеті (https://biotechuniv.edu.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/normatyvna-baza/)*

2.2 Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3 Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти проводиться на основі оцінювання результатів навчання та рівня сформованості компетентностей. Атестація здійснюється в формі написання та публічного захисту кваліфікаційної роботи за фахом.

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота повинна передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути ознак академічної недоброчесності (академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації, тощо). Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти або його структурного підрозділу, або у репозитарії Державного біотехнологічного університету.

4 Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;

2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;

3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;

9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

5 Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам ОПП

Компоненти ОП	Компетентності																		
	ІК	Загальні компетентності (ЗК)								Спеціальні (фахові) компетентності (СК)									
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК 5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК7	СК 8	СК 9	СК 10
ОК 1	+	+			+	+		+				+							
ОК 2	+		+	+			+		+										
ОК 3	+									+			+						+
ОК 4	+										+		+		+		+		+
ОК 5	+											+		+		+	+		
ОК 6	+										+			+	+		+		
ОК 7	+													+	+	+	+		+
ОК 8	+										+	+						+	
ОК 9	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 10	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

6 Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми

Компоненти ОП	Програмні результати навчання															
	Р1	Р2	Р3	Р4	Р5	Р6	Р7	Р8	Р9	Р10	Р11	Р12	Р13	Р14	Р15	Р16
ОК 1					+			+					+	+		
ОК 2	+		+		+	+									+	
ОК 3		+		+		+	+		+	+		+		+	+	+
ОК 4						+	+			+	+	+	+			+
ОК 5	+								+	+		+			+	+
ОК 6			+			+				+	+	+			+	
ОК 7		+		+							+	+			+	+
ОК 8	+	+	+	+	+			+	+				+			
ОК 9	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 10	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

7. ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ

1. EQF-LLL – European Qualifications Frameworkfor Lifelong Learning. URL: https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_en.pdf
2. Бутенко А., Денискіна Г., Єременко О., Книш О., Сімшаг І., Требенко О. Роз'яснення щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми: методичний посібник. Київ : Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, 2024. 127 с. URL: https://surl.li/woodqe
3. Європейська кредитна трансферна накопичувальна система:. Довідник користувача URL: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ECTS_Users_Guide-2015_Ukrainian.pdf
4. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII (із змінами та доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text
5. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII (із змінами та доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text
6. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджені Постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (із змінами та доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п#Text
7. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені наказом Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 р. № 1648), схвалені сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України (протокол від 29.03.2016 № 3).
8. Національна рамка кваліфікацій, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. № 1341 (із змінами та доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п# Text
9. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.). URL: http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10
10. Національний класифікатор України: «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009: 2010. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/
11. Національний освітній глосарій: вища освіта URL: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf
12. Положення про освітні програми Державного біотехнологічного університету (введене в дію рішенням вченої ради ДБТУ від 25 листопада 2021 р., протокол № 3) URL: https://btu.kharkov.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/normatyvna-baza/
13. Положення про підготовку і захист кваліфікаційних робіт студентами Державного біотехнологічного університету (введене в дію рішенням вченої ради ДБТУ від 23 грудня 2021 р., протокол № 4). URL: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/04/norm-b-org-op-pol4.pdf
14. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.). URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п
15. Постанова Кабінету Міністрів України від 12 липня 2004 р. № 882 «Питання стипендіального забезпечення» (із змінами та доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua /laws/show/882-2004-%D0%BF#Text
16. Про авторське право і суміжні права: Закон України № 2811-IX від 01.12.2022 р., зі змінами та доповненнями. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text
17. Професійний стандарт на групу професій «Викладачі закладів вищої освіти», затверджений наказом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України від 23.03.2021 р. № 610. URL: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/pto/standarty/2021/03/25/Standart%20na%20hrupu%20profesiy_Vykladachi%20zakladiv%20vyshchoyi%20osvity_25.03.pdf
18. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 168 с.

19. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. URL: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf

20. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації. URL: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_rozroblennya_osv_program_2014_tempusoffice.pdf

21. Стандарт вищої освіти: другий (магістерський) рівень, ступінь вищої освіти магістр, галузь знань 07 Управління і адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг, затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960. URL: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf

22. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standardsandguidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf

23. Стратегія розвитку Державного біотехнологічного університету на 2022-2027 роки (введена в дію рішенням вченої ради ДБТУ від 14 квітня 2022 р., протокол № 5) URL: https://btu.kharkov.ua/pro-universitet/publichna-informatsiya/normatyvna-baza/