



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

назва освітньої програми

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

**за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

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

**Кваліфікація: Бакалавр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

*Вченою радою*

*Київського національного університету*

*будівництва і архітектури*

*зі змінами*

*Протокол № 46 від 20.12.2021*

*Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2023 р.*

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_ Петро КУЛІКОВ

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

Київ – 2022 р.

# ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти

**«МАРКЕТИНГ»**

назва освітньої програми

на першому (бакалаврському) освітньому рівні

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1. Погоджено на засіданні НМК зі спеціальності  
(Протокол № 10 від «08» грудня 2022 р.)

Гарант освітньої програми \_\_\_\_\_ Світлана МАРЧЕНКО  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

2. Перевірено навчально-методичним відділом

Начальник навчально-методичного відділу \_\_\_\_\_ Ігор СКЛЯРОВ  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

3. Погоджено на засіданні Методичної ради Університету  
(Протокол № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.)

Проректор з навчально-методичної  
роботи КНУБА \_\_\_\_\_ Андрій ШПАКОВ  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (зі змінами та доповненнями), постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 (в редакції постанови КМУ 25.06.2020 № 519), «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 № 1187 (зі змінами), наказу МОН «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти від 05.12.2018 р. № 1343.

Освітньо-професійна програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавр, перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, нормативний і варіативний зміст підготовки фахівця, сформульований у термінах результатів навчання та вимоги до контролю якості вищої освіти.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, у складі:

№ п/п	ШБ	Посада	Науковий ступінь, вчене звання	Підпис
1.	Марченко С.М. (гарант)	доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві	к.е.н., доцент	
2.	Захарченко П.В	професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві	к.тех.н., професор	
3.	Дименко Р.А.	професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві	д.е.н., професор	
4.	Вотченікова О.В.	доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві	к.е.н., доцент	

Залучені стейкхолдери:

№ п/п	ШБ	Місце роботи, посада	Підпис
1.	Шеремет М.М	ТОВ «Епіцентр К», м. Київ	
2.	Гуменюк А.Г.	ТОВ «Кераммаркет», м. Київ	
3	Варшавець П.Г.	ТОВ «Фасад», м. Київ	
4.	Рудика В.В.	ТОВ «Рекламна група «Регіон»	

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

**1. Академічна спільнота –**

1. Дубас Р.Г., д.е.н., доцент, завідувач кафедри управління та адміністрування, Інститут економіки та менеджменту, Відкритий міжнародний університет розвитку людини» Україна».

**2. Роботодавці та/або представники професійної спільноти –**

1. Шеремет М.М., регіональний директор ТОВ "Епіцентр К".
2. Гуменюк А.Г., генеральний директор ТОВ «Кераммаркет».
3. Варшавець П.Г., директор ТОВ «Фасад».
4. Рудика В.В., директор ТОВ «Рекламна група «Регіон»

**3. Здобувачі -**

1. Катерина Сосідко
2. Олена Бондаренко
3. Богдан Фатальчук
4. Олександра Зінченко
5. Валерія Авраміч
6. Аріна Жук
7. Катерина Степанюк
8. Віталій Кухар

# 1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</b>	Київський національний університет будівництва і архітектури, Будівельно-технологічний факультет кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Бакалавр Бакалавр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитується вперше
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	<p>Наявність ПЗСО, або освітнього ступеня «Молодший бакалавр», «Фаховий молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»).</p> <p>На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перерахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; – інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.</li> <li>- на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перерахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.</li> </ul> <p>Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.</p>

<b>Мова(и) викладання</b>	Українська мова
<b>Термін дії освітньо-професійної програми</b>	До наступного планового оновлення
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми</b>	<a href="http://www.knuba.edu.ua">www.knuba.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
<p>Підготовка висококваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців для цілеспрямованої діяльності у різних галузях з метою формування маркетингових навичок і здібностей шляхом володіння базовими принципами маркетингу, вивчення нових інструментів маркетингу, розробки стратегії маркетингу, підвищення уваги до продукту за допомогою різних маркетингових інструментів, підвищення продажів шляхом використання різних маркетингових каналів та промо-акцій, підвищення лояльності клієнтів, підвищення свідомості про бренд, а також розв'язанню актуальних проблем маркетингової діяльності будівельного комплексу та суміжних галузей.</p>	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</b>	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»
<b>Опис предметної області</b>	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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, дослідження ринку та його суб'єктів, зміст маркетингової діяльності, зокрема товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, що застосовуються в маркетингу для прийняття управлінських маркетингових рішень.</p>

<p><b>Орієнтація освітньо-професійної програми</b></p>	<p>Освітньо-професійна програма для здобувачів першого (бакалаврського) рівня передбачає поєднання теоретичного навчання з практичним досвідом, що дозволяє студентам розуміти, як застосовувати отримані знання у реальному житті. Основою програми є концептуальні теоретичні засади провідних наукових шкіл, які дають студентам можливість зрозуміти головні тенденції та напрями розвитку маркетингу. Окрім теоретичного навчання, студенти отримують практичний досвід у сфері маркетингової діяльності, що дозволяє сформулювати актуальні на ринку праці компетентності у фахівця, які в своєму синергетичному поєднанні аналітичного, критичного, креативного мислення, забезпечують можливість побудови ефективної професійної кар'єри.</p>
<p><b>Основний фокус освітньо-професійної програми</b></p>	<p>Підготовка фахівців у сфері маркетингу здатних системно підходити до організації та ефективного провадження маркетингової діяльності на функціональному рівні шляхом дослідження ринків, планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик на основі інноваційних методів, технологій, з урахуванням зарубіжного досвіду в галузі маркетингу, щоб мати можливість використовувати передові практики та технології у своїй роботі за для реалізації принципів збалансованого розвитку, а також розв'язанню актуальних проблем маркетингової діяльності будівельного комплексу та суміжних галузей. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, міжнародний маркетинг, маркетинг в галузях і сферах діяльності, маркетингові дослідження, організація і планування товарної, цінової, збутової, комунікаційної політик, промисловий маркетинг в будівництві, електронна комерція.</p>
<p><b>Особливості освітньо-професійної програми</b></p>	<p>Поглиблене вивчення сучасних прикладних концепцій маркетингу, які забезпечують реальне вирішення проблем бізнесу. Володіння інструментами організації, аналізу, планування, інноваційними і цифровими технологіями для успішного ведення бізнесу. Розвиток та реалізація особистісного потенціалу студентів з найвищими загальнолюдськими цінностями творчих та гуманістичних здібностей. Залучення практиків до навчального процесу. Врахування досвіду провідних ЗВО України та кращих іноземних освітніх програм в сфері маркетингу при формуванні освітніх компонентів. Виробнича практика на 3-му курсі на провідних підприємствах України різних форм власності. Мова викладання – українська</p>

<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Працевлаштування за ДК 003:2010 (зі змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 15.02.2019 р. № 259) випускники можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням: 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.3 Менеджери (управители) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; 2419.2 Консультант з маркетингу; 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).
<b>Академічні права випускників</b>	Випускники мають можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<i>Форми навчання:</i> денна, заочна. <i>Методи навчання:</i> - активні (проведення практичних занять, тренінгів, майстер-класів, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та навчальних дискусій на задану тематику, аналіз конкретних ситуацій; проблемні, інтерактивні, проектні, ділові ігри; робота в малих групах; дискусії; завдання творчого характеру із застосуванням методів побудови сценаріїв, формування проектів, «мозкового штурму» та генерації ідей; практика на підприємствах та організаціях); - пасивні (проведення лекцій, самостійна робота на основі підручників, методичних рекомендацій, конспектів, додаткової літератури, індивідуальна дослідно-аналітична діяльність здобувачів вищої освіти щодо виконання презентацій, рефератів, тестових, розрахунково-аналітичних та ситуаційних завдань); - активно-пасивні (консультації із викладачами, підготовка та публікація наукових статей, тез доповідей, написання та захист курсових робіт, проведення навчальної та виробничої практики) Технології навчання: в освітньому процесі використовуються елементи дистанційного навчання на платформі Moodle, Teams (з наданням доступу



	<p>здобувачам вищої освіти), Zoom, які мають великі можливості для самонавчання здобувачів вищої освіти.</p> <p>Підходи, що використовуються у процесі навчання – викладання та навчання за програмою ґрунтується на застосуванні студентоцентрованого, компетентнісного, методологічного підходів навчання.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Оцінювання здобувачів вищої освіти дозволяє продемонструвати стрімке досягнення ними запланованих результатів навчання. Оцінювання являє собою один із завершальних етапів навчальної діяльності здобувача та визначення результатів успішності навчання.</p> <p>Оцінювання успішності студентів проводиться за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу (ECTS).</p> <p>Оцінювання є поточне та підсумкове. Поточне оцінювання включає оцінювання на практичних заняттях та результатів самостійної роботи студента, а підсумкове оцінювання – іспити, заліки, написання звітів по практиці, атестаційні екзамени за фахом.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	<p>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.</p>
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>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 громадянина в Україні.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та</p>

	<p>розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p><b>Фахові компетентності(ФК)</b></p>	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної</p>

маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.  
ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

### **7 – Програмні результати навчання**

ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПР15. 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.

ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПР17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації

державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

### **8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми**

#### **Кадрове забезпечення**

Гарант ОП «Маркетинг», науково-педагогічні працівники кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, а також інших кафедр університету, які забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються та мають підтверджений рівень наукової і професійної активності. У процесі організації освітнього процесу залучаються професіонали-практики з досвідом роботи за фахом.

#### **Матеріально-технічне забезпечення**

Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі, зокрема: навчальні корпуси; гуртожитки; тематичні кабінети; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний комплекс, спортивні майданчики.

Матеріально-технічне забезпечення дозволяє організовувати та проводити заняття з усіх навчальних дисциплін на належному науково-методичному рівні. Для проведення лекційних занять використовуються мультимедійні проектори, навчальні аудиторії обладнані комп'ютерною технікою. При проведенні практичних занять використовуються інформаційні системи та програмні продукти, які застосовуються в маркетингу.

#### **Інформаційне та навчально-методичне забезпечення**

Бібліотека університету має достатній бібліотечний фонд та електронну базу джерел.

Офіційний веб-сайт містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову, виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.

Усі навчально-методичні матеріали доступні для здобувачів у читальному залі наукової бібліотеки.

Читальний зал має комп'ютери і бездротовий доступ до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні на сайті університету.

Крім того, інформаційна підтримка кожного здобувача освіти забезпечується вільним доступом до віртуального навчального середовища Moodle та Teams (з наданням доступу здобувачам вищої освіти); корпоративної пошти; університетського репозитарію.

### **9 – Академічна мобільність**

<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Реалізується відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням університету.</p> <p>Перерахування отриманих кредитів на основі Європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС), отриманих під час участі здобувача вищої освіти у програмах національної академічної мобільності, відбувається шляхом порівняння змісту навчальних програм та з урахуванням програмних результатів навчання, здобутих студентом.</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>Положення університету передбачає можливість і перспективи міжнародної кредитної мобільності.</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів ВО</b>	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.</p>

## 2. Компоненти освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Код	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Обов'язкові компоненти освітньої програми</b>			
OK1	Вища та прикладна математика	6	Залік, екзамен
OK2	Історія української державності і культури	3	Залік
OK3	Основи академічного письма	3	Залік
OK4	Фізичне виховання	6	Залік
OK5	Ділова іноземна мова	3	Залік
OK6	Правознавство	5	Екзамен
OK7	Історія філософії та філософської думки	3	Екзамен
OK8	Фахова іноземна мова	3	Залік
OK9	Політологія	3	Екзамен
OK10	Сучасні інформаційні технології в економіці	4	Залік
OK11	Історія економіки та економічної думки	3	Екзамен
OK12	Основи економічної теорії	4	Екзамен
OK13	Соціологія	3	Залік
OK14	Вступ до спеціальності	3	Залік
OK15	Психологія споживача	3	Залік
OK16	Регіональна економіка	5	Екзамен
OK17	Основи маркетингу	6	Екзамен
OK18	Основи підприємництва	6	Залік, екзамен
OK 19	Економіко-математичне моделювання	5	Екзамен
OK 20	Статистика	3	Залік
OK 21	Світовий ринок товарів та послуг	4	Екзамен
OK 22	Маркетинг	7	Залік, екзамен
OK 23	Макроекономіка	5	Екзамен
OK 24	Мікроекономіка	5	Екзамен
OK 25	Навчальна практика	4	Залік
OK 26	Товарознавство	7	Залік, екзамен
OK 27	Економіка підприємства	5	Екзамен
OK 28	Маркетинг в галузях і сферах діяльності	4	Екзамен
OK 29	Облік та аудит	4	Екзамен
OK 30	Менеджмент	4	Екзамен
OK 31	Соціально-відповідальний маркетинг	3	Екзамен

ОК 32	Виробнича практика	6	Залік
ОК 33	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ОК 34	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
ОК 35	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
ОК 36	Маркетингові комунікації	4	Залік
ОК 37	Електронна комерція	5	Екзамен
ОК 38	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
ОК 39	Промисловий маркетинг в будівництві	3	Залік
ОК 40	Бізнес-аналітика	4	Екзамен
ОК 41	Логістика	3	Залік
ОК 42	Планування маркетингової діяльності	4	Екзамен
ОК 43	Атестаційний екзамен	3	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>180</b>	
<b>Вибіркові компоненти освітньої програми</b>			
ВК1	Вибіркова компонента 1 семестру 3	3	Залік
ВК2	Вибіркова компонента 2 семестру 3	3	Залік
ВК3	Вибіркова компонента 3 семестру 3	3	Залік
ВК4	Вибіркова компонента 4 семестру 4	3	Залік
ВК5	Вибіркова компонента 5 семестру 4	3	Залік
ВК6	Вибіркова компонента 6 семестру 4	3	Залік
ВК7	Вибіркова компонента 7 семестру 4	3	Залік
ВК8	Вибіркова компонента 8 семестру 5	3	Залік
ВК9	Вибіркова компонента 9 семестру 5	3	Залік
ВК10	Вибіркова компонента 10 семестру 5	3	Залік
ВК11	Вибіркова компонента 11 семестру 5	3	Залік
ВК12	Вибіркова компонента 12 семестру 6	3	Залік
ВК13	Вибіркова компонента 13 семестру 6	3	Залік
ВК14	Вибіркова компонента 14 семестру 6	3	Залік
ВК15	Вибіркова компонента 15 семестру 7	3	Залік
ВК16	Вибіркова компонента 16 семестру 7	3	Залік
ВК17	Вибіркова компонента 17 семестру 7	3	Залік
ВК18	Вибіркова компонента 18 семестру 8	3	Залік
ВК19	Вибіркова компонента 19 семестру 8	3	Залік
ВК20	Вибіркова компонента 20 семестру 8	3	Залік
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>60</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП</b>		<b>240</b>	





#### **4. Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти**

Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	Атестаційні екзамени передбачають оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг та цією освітньо-професійною програмою.
--	--

#### **5. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

У КНУБА функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка 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, визначений ЗВО;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи аспіранта, 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 ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням ЗВО 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.

Київський національний університет будівництва і архітектури отримав звіт німецького органу сертифікації за ISO 9001: 2015 компанії DQS про результати сертифікаційного аудиту, що проводився в грудні 2018 року. Документ містить докладний аналіз діяльності КНУБА за такими напрямками як лідерство, планування, підтримка системи менеджменту якості, оцінка діяльності тощо. За висновком міжнародних експертів: «Система менеджменту якості КНУБА результативна та задовольняє вимоги застосовного стандарту. Невідповідності не було виявлено».

Гарант ОП

Світлана МАРЧЕНКО





## **Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти:**

Офіційні документи:

1. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 №1556-VII [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. ESG [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines\\_for\\_qa\\_in\\_the\\_ehea\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf)
4. ISCED (МСКО) 2011 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>
5. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>
6. Класифікатор професій (КП) станом на 01.10.2015 р. [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://buhgalter911.com/res/spravochniki/klassifikprofessiy.aspx>
7. Класифікація видів економічної діяльності: національний класифікатор України КВЕД 009:2010 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://dtki.com.ua/show/0sid0177.html>
8. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://old.mon.gov.ua/ua/about-ministry/normative/5555->
9. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Схвалено сектором вищої освіти Науково-методичної Ради Міністерства освіти і науки України протокол від 29.03.2016 № 3 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://mon.gov.ua/>
10. Національна рамка кваліфікацій: Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF>
11. Про затвердження зміни до національного класифікатора України ДК 003-2010: наказ Мінекономрозвитку України від 02.09.2015 р. № 1084 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://buhgalter911.com/ShowArticle.aspx?a=272508>
12. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF>
13. Про особливості запровадження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266: наказ МОН України від 06.11.2015 № 1151 [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>

Корисні посилання:

14. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>

15. Tuning Educational Structures in Europe [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>
16. Національний глосарій 2014 [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy\\_Visha\\_osvita\\_2014\\_tempus-office.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf)
17. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти [Електронний ресурс]. – режим доступу: <file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf>
18. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok\\_sisitemi\\_zabesp\\_yakosti\\_VO\\_UA\\_2015.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf)
19. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya\\_osv\\_program\\_2014\\_tempus-office.pdf](http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf)