

57669

ID

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»  
«MARKETING»


другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
Кваліфікація: магістр з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою  
Київського національного університету  
будівництва і архітектури  
зі змінами

Протокол № 4 від 23.12.2022

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

  
Голова Вченої ради  
Петро КУЛІКОВ  
2023 р.



Київ – 2023 р.

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти

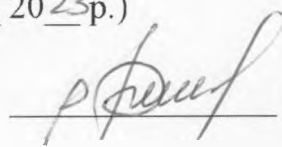
«Маркетинг»

на другому (магістерському) освітньому рівні

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1. Погоджено на засіданні НМК зі спеціальності  
(Протокол № 10 від «08» 02 2023р.)

Гарант освітньої програми



Руслан ДИМЕНКО

«08» 02 2023 р.

2. Перевірено навчально-методичним відділом

Начальник навчально-методичного відділу



Ігор СКЛЯРОВ

«14» 03 2023 р.

3. Погоджено на засіданні Методичної ради Університету

(Протокол № 6 від «14» 03 2023р.)

Проректор з навчально-методичної  
роботи КНУБА



Андрій ШПАКОВ

«  » \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) 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 другого (магістерського) рівня вищої освіти від 10.07.2019 р. № 960.

Освітньо-професійна програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти магістр, 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 у будівництві Київського національного університету будівництва і архітектури, у складі:

1. Дименко Р.А., д.ekon.н., професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, гарант освітньої програми.
2. Захарченко П.В., к.т.н., професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві.
3. Марченко С.М., к.ekon.н., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві.

### **Гарант освітньої програми – Руслан ДИМЕНКО**

#### *Роботодавці та/або представники професійної спільноти:*

- Дубас Р.Г., д.е.н., доцент, завідувач кафедри управління та адміністрування, Інститут економіки та менеджменту, Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Варшавець П.Г., к.тех.н., генеральний директор ТОВ «ФАСАД»;
- Дюжилова Н.О., к.тех.н., заступник Голови Державної інспекції архітектури та містобудування;
- Цимбал С.В., Керівник департаменту навчання і розвитку персоналу ТОВ «Епіцентр К»
- Рудика В.В., директор ТОВ «Рекламна група «Регіон»

## 1. Профіль освітньої-професійної програми «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 у будівництві
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Магістр Магістр маркетингу
<b>Офіційна назва освітньо-професійної програми</b>	«Маркетинг» другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» "Marketing" of the second level of higher education (master degree) in specialty 075 " Marketing"
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитація проводиться вперше
<b>Цикл/рівень</b>	FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК України – 7 рівень
<b>Передумови</b>	На основі ступеня бакалавра та освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста, здобутого за іншою спеціальністю (напрямом підготовки), за умови успішного проходження додаткових вступних випробувань з урахуванням середнього бала диплома бакалавра. Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Київського національного університету будівництва і архітектури», затвердженими Вченою радою.
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньо-професійної програми</b>	До наступної акредитації
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://www.knuba.edu.ua">www.knuba.edu.ua</a>

## 2. Мета освітньо-професійної програми

Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють системним мисленням, теоретичними знаннями і практичними навичками управління маркетинговою діяльністю, спрямованих на забезпечення ефективної діяльності та сталого розвитку підприємств, здатних вирішувати складні дослідницькі та практичні завдання побудови маркетингових бізнес-процесів, управляти ними, впроваджувати інноваційні технології та в підсумку реалізовуватись як особистість за для виконання місії служіння людям, суспільству.

## 3. Характеристика освітньої програми

### Предметна область

**Об'єкт(и) 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.

**Теоретичний зміст предметної області** – парадигми, закони, закономірності; принципи, історичні передумови розвитку маркетингу; концепції виробничого, товарного, збутового, інноваційного, соціально-етичного, екологічного, відповідального, інтегрального, холістичного маркетингу; функції, методи, технології та управлінські рішення у маркетинговій діяльності підприємства; компетенції управлінця у сфері маркетингової діяльності підприємств, що функціонують як на національному, так і на міжнародному рівнях.

### **Методи, методики та технології:**

- загальнонаукові та специфічні методи дослідження (аналізу і синтезу, історичний, наукової абстракції, діалектичного, ієрархічного аналізу, розрахунково-аналітичні, економіко-статистичні, економіко-математичні, експертного оцінювання, тощо);

- професійні методики та технології для забезпечення ефективної маркетингової діяльності (методи маркетингових досліджень; методи економічної діагностики; методи прогнозування і планування; імітаційне моделювання, дерево рішень, тощо)

**Інструментарій та обладнання:** сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, що застосовуються в маркетингу для

	прийняття управлінських рішень.
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна
<b>Основний фокус освітньої програми</b>	Професійна підготовка у галузі знань «Управління та адміністрування», спеціальності «Маркетинг» з поглибленим вивченням теоретико-методичних засад управління маркетинговою діяльністю щодо розробки стратегій, планів, програм з маркетингу, комунікаційних політик, рекламних кампаній, враховуючи інноваційний міжнародний досвід. <b>Ключові слова:</b> маркетинг, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент, логістичний менеджмент, інноваційний маркетинг.
<b>Особливості освітньої програми</b>	Передбачає поглиблене вивчення системи управління маркетинговою діяльністю підприємств із урахуванням сучасних тенденцій інтеграції економіки України до міжнародного економічного простору та необхідності оволодіння практичними навичками з розробки та управління стратегією і тактикою маркетингу, реалізацією планів маркетингу, впровадженням інновацій. Укладені договори про співробітництво між університетом та установами і підприємствами, що надають студентам можливість в реальних господарських умовах опанувати механізми ефективної тактики і стратегії ведення маркетингової діяльності та її управління. Програма передбачає обов'язковою умовою проходження виробничої практики на підприємствах різних форм власності. Мова викладання – українська та англійська.
<b>Обсяг освітньої програми магістра</b>	Програма підготовки складається з: теоретичної компоненти – 60 кредитів ЄКТС (66,7%), у тому числі: - обов'язкових дисциплін – 30,0 кредитів ЄКТС (33,3%); - дисциплін вільного вибору студента – 30,0 кредитів ЄКТС (33,3%); практичної компоненти – 8 кредитів ЄКТС (8,9%); підсумкової атестації – 16 кредитів ЄКТС (17,7%).

#### 4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Магістр маркетингу (згідно класифікатора професій ДКП 003:2010) може займати посади:  <i>«12 Керівники підприємств, установ та організацій»:</i>                      1233 Керівники підрозділів маркетингу;                      1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю ;                      1239 керівники інших функціональних підрозділів.  <i>«13 Керівники малих підприємств без апарату управління»</i>                      1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні  <i>«14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів»</i>                      1474 Менеджери (управителі) у сфері досліджень та розробок                      1476.1 Менеджери (управителі) з реклами  <i>«24 Інші професіонали»</i>                      2419.2. Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p>
<p><b>Подальше навчання</b></p>	<p>Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти, набуття часткових кваліфікацій за іншими спеціальностями в системі вищої освіти.</p>

#### 5. Викладання та оцінювання

<p><b>Викладання та навчання</b></p>	<p><b>Форми навчання:</b> очна, заочна.  <b>Методи навчання:</b> проведення лекцій, практичних занять, тренінгів, майстер-класів, реалізація інтерактивного навчання у вигляді кейс-завдань та навчальних дискусій на задану тематику; виконання самостійної роботи; індивідуальна дослідно-аналітична діяльність студентів щодо виконання презентацій, рефератів, тестових, розрахунково-аналітичних та ситуаційних; завдань; проведення семінарів, консультацій з викладачами; наукових конференцій, виробничої та переддипломної практики, написання кваліфікаційної роботи магістра, її презентація та обговорення під час передзахистів за участю викладачів та одногрупників.  <b>Технології навчання:</b> проблемно-орієнтоване, практичне, проектне, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання.  <b>Підходи, що використовуються у процесі навчання - викладання та навчання за програмою ґрунтується на</b></p>
--------------------------------------	---

	застосуванні студентоцентрованого, компетентнісного, методологічного підходів навчання.
<b>Оцінювання</b>	<p>Оцінювання являє собою один із завершальних етапів навчальної діяльності студента 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, виконання кваліфікаційної магістерської роботи, тощо.</p>
<b>6. Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або запровадження інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<b>Загальні компетентності (ЗК), визначені закладом вищої освіти</b>	<p>ЗК9. Здатність спілкуватися іноземною мовою, працювати в міжнародному контексті, використовувати інформаційні та комунікаційні технології в сфері маркетингу.</p> <p>ЗК10. Здатність проявляти лідерські навички, планувати та управляти часом, стресостійкість.</p> <p>ЗК11. Набуття навичок цілісного, інноваційного, гнучкого мислення.</p>
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</b>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень</p>



	<p>та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<p><b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК), визначені закладом вищої освіти</b></p>	<p>СК10. Здатність обґрунтовувати комплекс маркетингових рішень щодо формування, ефективного функціонування підприємства та розвитку як цілісної системи.</p> <p>СК11. Здатність визначати необхідність в створенні та використанні маркетингового потенціалу організації в цілому та за його складовими, вибудовувати стратегію управління ним.</p> <p>СК12. Здатність збирати, систематизувати, нагромаджувати потрібну для виконання посадових обов'язків маркетологів нормативно-правову, соціально-економічну, науково-методичну, довідкову та іншу інформацію.</p> <p>СК13. Здатність здійснювати маркетингову діяльність в міжнародному контексті.</p> <p>СК14. Здатність застосовувати відповідний маркетинговий інструментарій, у тому числі міжнародний, з метою удосконалення та управління основними бізнес-процесами з використанням новітніх інформаційних технологій.</p>

## 7. Програвні результати навчання

ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом за для розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

	<p>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
<b>Програмні результати навчання визначені закладом вищої освіти</b>	<p>ПРН16. Вміти проводити дослідницьку роботу, з застосування сучасних методів і спеціалізованого програмного забезпечення та аргументувати власну точку зору, презентуючи результати досліджень.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати, корегувати маркетингову політику в умовах нестабільного конкурентного бізнес-середовища, націлену на досягнення стратегічних цілей, оцінювати її ефективність.</p> <p>ПРН18. Вміти застосовувати інноваційні підходи щодо впровадження маркетингової діяльності на підприємстві, орієнтуючись на принципи цілісності, гнучкості, адаптивності.</p>
<b>8. Ресурсне забезпечення реалізації програм</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187, додаток 12).</p> <p>Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму мають фахові знання та володіють професійними навичками в галузі підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи.</p> <p>У процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської, інноваційної та фахової роботи.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., №1187, додаток 13).</p> <p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі,</p>

	<p>зокрема: навчальні корпуси; гуртожитки; тематичні кабінети; спеціалізовані лабораторії; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний зал, спортивні майданчики</p> <p>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.</p> <p>Під час самостійної роботи здобувачі вищої освіти забезпечуються робочими місцями у електронному читальному залі університету з можливістю виходу в мережу Інтернет та застосування електронних видань і ресурсів.</p>
<p><b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b></p>	<p>Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення повністю відповідають технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187, додатки 14–15).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- офіційний сайт КНУБА: <a href="https://www.knuba.edu.ua">https://www.knuba.edu.ua</a>;</li> <li>- точки бездротового доступу до мережі Інтернет;</li> <li>- необмежений доступ до мережі Інтернет;</li> <li>- наукова бібліотека, читальні зали;</li> <li>- віртуальне навчальне середовище Moodle;</li> <li>- корпоративна пошта;</li> <li>- університетський репозитарій;</li> <li>- навчальні і робочі плани;</li> <li>- графіки навчального процесу;</li> <li>- навчально-методичні комплекси дисциплін;</li> <li>- навчальні та робочі програми дисциплін;</li> <li>- дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін;</li> <li>- програми практик;</li> <li>- методичні вказівки щодо виконання кваліфікаційної (дипломної) роботи;</li> </ul> <p>критерії оцінювання рівня підготовки;</p> <p>Офіційний веб-сайт <a href="https://www.knuba.edu.ua">https://www.knuba.edu.ua</a> містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову</p>

	<p>виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Усі навчально-методичні матеріали доступні для студентів у читальному залі наукової бібліотеки.</p> <p>Читальний зал має комп'ютери і бездротовий доступ до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні на сайті університету <a href="https://library.knuba.edu.ua">https://library.knuba.edu.ua</a></p>
<b>9. Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>Положенням університету передбачена можливість національної кредитної мобільності.</p> <p>Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших закладах освіти України</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>Положенням університету передбачена можливість міжнародної кредитної мобільності</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою</p>

## 2. Форма атестації здобувачів вищої освіти

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	<p>Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг», галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи.</p>
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)</b>	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми в сфері маркетингу, що характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки.</p> <p>Матеріали кваліфікаційної роботи (публікацій) перевіряються тестуванням.</p> <p>У кваліфікаційній роботі здобувача вищої освіти другого (магістерського) рівня не повинно бути академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації. Перевірка на антиплагіат здійснюється у відповідності до Положення про заходи щодо підтримки академічної доброчесності КНУБА затверджено наказом ректора № 180 від «21» квітня 2020 р. з використанням спеціальних комп'ютерних програм для виявлення плагіату МОН України. Кваліфікаційна робота повинна бути оприлюднена шляхом розміщення у повному обсязі в репозитарії КНУБА</p>

### **3. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

З метою забезпечення чіткої організації діяльності КНУБА, орієнтовану на задоволення потреб зацікавлених сторін, розробки заходів щодо переліку послуг у сфері освіти та науки, удосконалення діючої системи менеджменту якості Київського національного університету будівництва та архітектури створено відділ підтримки функціонування та вдосконалення системи менеджменту якості. Для виконання цих завдань, на підставі наказу ректора, можуть створюватися позаштатні тимчасові робочі групи з числа співробітників університету.

Організаційні та змістовні складові СУЯ визначено відповідною Настановою про СМЯ в КНУБА № 42 від 7.09.2018р. (<http://www.knuba.edu.ua/ukr/wp-content/uploads/2018/05/НСМЯ-КНУБА.pdf>).

Регламентами цих систем визначено, що кожний працівник Університету має спрямувати свою професійну діяльність на формування у здобувачів вищої освіти професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, а також систематизованих знань, умінь і практичних навичок за певною кваліфікацією. В КНУБА створено сучасну розгалужену інформаційну інфраструктуру, що дозволяє своєчасно вдосконалювати освітню програму, зокрема через відкрите обговорення проектів документів, які виносяться на розгляд Вченої Ради Університету, залучення представників студентського самоврядування, опитування здобувачів вищої освіти, а також систематичне проведення робочих нарад з питань забезпечення якості освітньої діяльності.

У Київському національному університеті будівництва і архітектури функціонує система забезпечення 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 вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, 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 ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів 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».

#### 4. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

##### Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>1. Обов'язкові освітні компоненти освітньо-професійної програми</b>			
<b>1.1. Цикл загальної підготовки</b>			
OK1	Маркетинг взаємовідносин	3	Залік
OK2	Організація проведення наукових досліджень в маркетингу	3	Залік
OK3	Інноваційні технології в маркетинговій діяльності будівельного підприємства	3	Залік
OK4	Професійна іноземна мова	6	Залік
<b>Обсяг компонент загальної підготовки</b>		<b>15</b>	
<b>1.2. Цикл професійної та практичної підготовки</b>			
OK5	Маркетинговий аналіз	5	Екзамен
OK6	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
OK7	Маркетинговий менеджмент	4	Екзамен
OK8	Логістичний менеджмент у будівельній галузі	4	Екзамен
OK9	Категорійний менеджмент	4	Залік
<b>Обсяг компонент професійної та практичної підготовки</b>		<b>21</b>	
<b>1.3. Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми</b>			
BK1	Вибіркова компонента 1 семестру 2	3	Залік
BK2	Вибіркова компонента 2 семестру 2	3	Залік
BK3	Вибіркова компонента 3 семестру 2	3	Залік
BK4	Вибіркова компонента 4 семестру 2	3	Залік
BK5	Вибіркова компонента 5 семестру 2	3	Залік
BK6	Вибіркова компонента 6 семестру 2	3	Залік
BK7	Вибіркова компонента 7 семестру 2	3	Залік
BK8	Вибіркова компонента 8 семестру 2	3	Залік
BK9	Вибіркова компонента 9 семестру 2	3	Залік
BK10	Вибіркова компонента 10 семестру 2	3	Залік

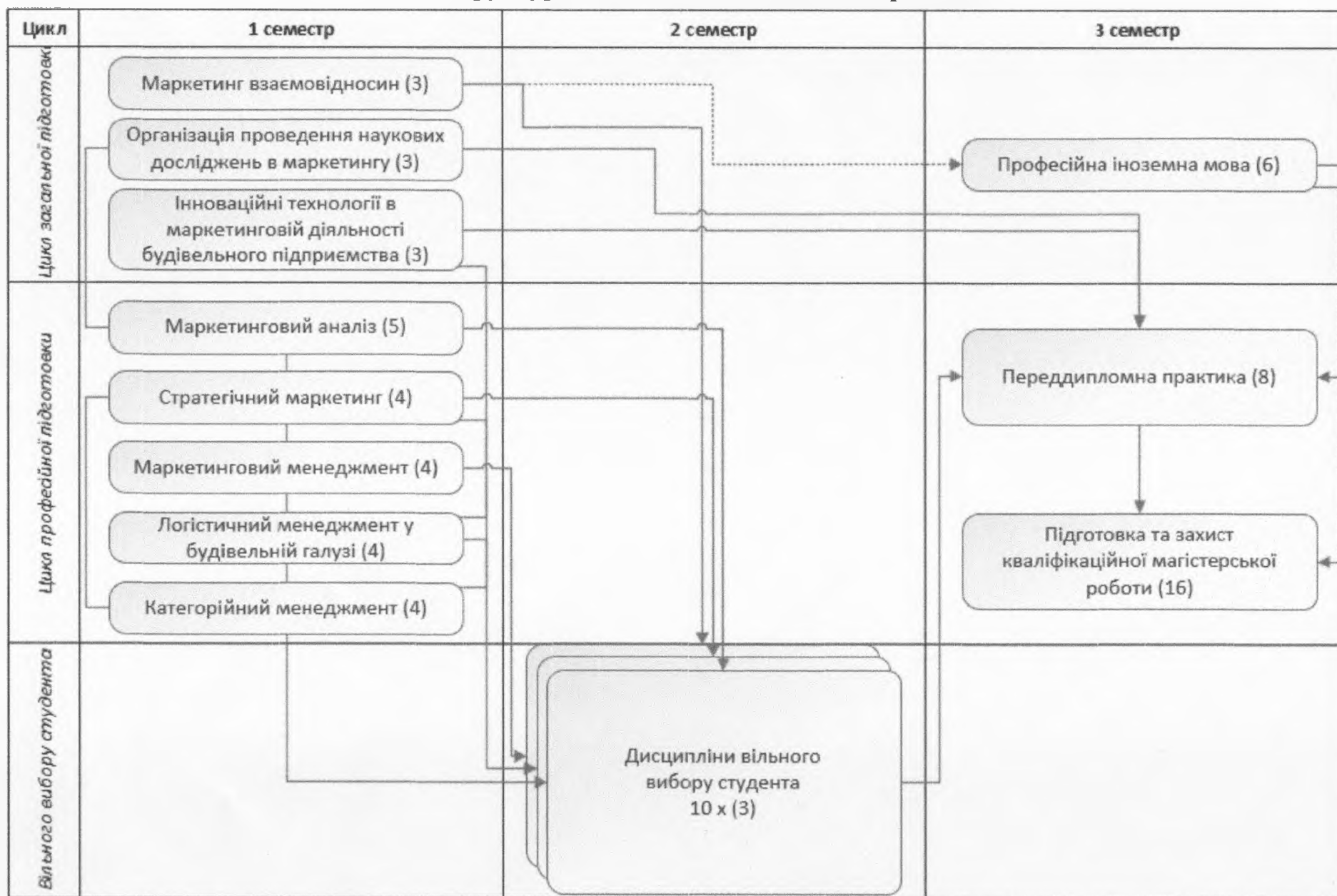


<b>1.4.Практична підготовка</b>			
ПЗ.1	Переддипломна практика	8	Залік
<b>1.5.Атестація здобувачів вищої освіти</b>			
ПЗ.2	Підготовка та захист кваліфікаційної магістерської роботи	16	
Загальний обсяг практичної підготовки		24	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент ОП</b>		<b>60</b>	
<b>Загальний обсяг вибірових компонент ОП</b>		<b>30</b>	
<b>Загальний обсяг освітньо-професійної програми</b>		<b>90</b>	

#### **Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми**

Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми здобувачі обирають з університетського каталогу вибірових дисциплін (дисципліни вільного вибору здобувача), який формується з навчальних дисциплін, наданих різними кафедрами за різними рівнями вищої освіти. Щорічно перелік вибірових освітніх компонентів від кожної кафедри оновлюється. Здобувачі вищої освіти за цією ОПП повинні вибрати дисципліни сумарною кількістю 30 кредитів. Процедура вибору здійснюється у терміни, встановлені документом «Положення про порядок реалізації права здобувачів вищої освіти на вільний вибір навчальних дисциплін у Київському національному університеті будівництва та архітектури».

### 4.3. Структурно-логічна схема ОПШ «Маркетинг»



Таблиця 1

**МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЦИКЛУ ЗАГАЛЬНОЇ,  
ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
ОК1	+		+				+					+		+		+				+						+
ОК2	+				+	+				+			+	+	+	+							+	+		
ОК3	+	+			+		+	+				+		+	+	+					+			+		+
ОК4	+					+	+			+															+	
ОК5	+	+					+						+		+		+		+	+				+		
ОК6	+	+	+	+			+		+		+		+	+				+	+	+		+	+			+
ОК7	+	+		+			+		+								+	+	+				+			
ОК8	+	+		+	+											+		+		+		+			+	+
ОК9	+	+		+	+			+	+		+						+		+				+	+		
ПЗ.1	+		+				+		+			+	+	+	+					+	+				+	
ПЗ.2	+		+				+		+			+	+	+	+					+	+				+	

Таблиця 2

**МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ЦИКЛУ ЗАГАЛЬНОЇ, ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18
ОК1		+	+		+		+	+	+					+	+			+
ОК2														+	+			+
ОК3		+	+		+				+	+						+		+
ОК4					+			+										
ОК5	+						+				+	+			+			
ОК6		+	+	+		+	+		+	+	+	+					+	
ОК7		+				+			+	+		+	+	+				
ОК8			+			+				+			+					
ОК9	+			+				+	+	+				+				+
ПЗ.1	+		+	+								+			+	+	+	+
ПЗ.2	+	+	+		+				+			+			+	+	+	+

## Використані джерела

1. Про освіту: закон України від 05.09.2017 р. №2145- VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Про вищу освіту: закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Рівні Національної рамки кваліфікацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalna-ramka-kvalifikacij/rivni-nacionalnoyi-ramkikvalifikacij>
4. Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. №1341: постанова Кабінету Міністрів України від 25.06.2020 р. №519 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#n10>
5. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності: постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1187 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. №600 (у редакції наказів МОНУ від 21.12.2017 № 1648) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
7. Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм: Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/npa/list-monukrayini-vid-05062018-19-377>
8. Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти: лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>