



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
«MARKETING»
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 № від
Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2024 р.*

Голова Вченої ради

_____ Петро КУЛІКОВ

« ____ » _____ 2024 р.

Київ – 2024 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 № ____ від «__» _____ 202__ р.)

Гарант освітньої програми _____ Світлана МАРЧЕНКО
«__» _____ 202_ р.

2. Перевірено навчально-методичним відділом

Начальник навчально-методичного відділу _____ Ігор СКЛЯРОВ
«__» _____ 202_ р.

3. Погоджено на засіданні Методичної ради Університету
(Протокол № ____ від «__» _____)

Проректор з навчально-методичної
роботи КНУБА _____ Андрій ШПАКОВ
«__» _____ 202_ р.

ПЕРЕДМОВА

РОЗРОБЛЕНО проектною групою у складі:

Захарченко Петро Володимирович, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, кандидат технічних наук, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві;

Дименко Руслан Анатолійович, доктор економічних наук, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві;

Гарант – Марченко Світлана Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, дійсний член Української асоціації маркетингу та спілки «Прогресивні», доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві.

Стейкхолдери:

1. Академічна спільнота:

Дубас Р. Г., доктор економічних наук, професор, 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. Боднар Світлана Олегівна
2. Бутріна Марія Русланівна
3. Козішкурт Анастасія Максимівна
4. Лящинська Таїсія Володимирівна
5. Поліно Ярослав Андрійович
6. Поліщук Андрій Анатолійович
7. Попов Кирило Дмитрович
8. Фурделяс Марія Віталіївна
9. Швидак Вікторія Олександрівна

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

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Київський національний університет будівництва і архітектури, Будівельно-технологічний факультет кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Акредитується вперше
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	<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"> - 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. - 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. <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>

Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	До наступної акредитації ОПП
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.knuba.edu.ua/katalog-osvitnix-program/
2 – Мета освітньої програми	
<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>	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг»
Опис предметної області	<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, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика 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>Орієнтація освітньо-професійної програми</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>Основний фокус освітньо-професійної програми</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>Особливості освітньо-професійної програми</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>

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування

Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» здатні виконувати професійні функції у сфері маркетингу і можуть працювати на підприємствах, в установах, організаціях різних форм власності.

Зокрема, бакалавр маркетингу ОПП «Маркетинг» здатний виконувати професійну роботу за Національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (КП) (додаток А) і можуть працювати на посадах, що відповідають класифікаційним угрупованням:

2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою
2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку
2419.2 Рекламист
2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
3419. Організатор з постачання
3419.2 Організатор із збуту та ін., які визначені Національним класифікатором України.

Умовою присвоєння освітньої кваліфікації є успішне виконання вимог освітньо-професійної програми.

Академічні права випускників

Випускники мають можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.

5 – Викладання та оцінювання

Викладання та навчання

Форми навчання: денна, заочна.

Методи навчання:

- 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

	<p>навчальної та виробничої практики)</p> <p>Технології навчання: в освітньому процесі використовуються елементи дистанційного навчання на платформі Moodle, Teams (з наданням доступу 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>
Оцінювання	<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 экзамени за фахом.</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<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>
Загальні компетентності (ЗК)	<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</p>

	<p>знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та 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>Фахові компетентності(ФК)</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 інноваційній 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>

ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

ФК13. Здатність планування і провадження ефективної 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 напрямку 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	Обсяг, склад та якість інформаційного та навчально-методичного забезпечення повністю відповідають Ліцензійним умовам впровадження освітньої діяльності закладів освіти. Навчальні, навчально-методичні та бібліотечно-інформаційні ресурси університету забезпечують навчальний процес і гарантують можливість якісного освоєння здобувачем освітньої програми. Власна бібліотека університету задовольняє вимогам Положення про бібліотеку вищого навчального закладу III–IV рівня акредитації, затвердженого наказом МОНУ

	<p>від 6.08.2004 р., № 641 http://library.knuba.edu.ua/ Репозитарій КНУБА: http://repository.knuba.edu.ua/ Важливе місце у навчальному процесі, в тому числі під час самостійної роботи здобувачів, посідає функціонування Освітнього сайту КНУБА http://org2.knuba.edu.ua/?lang=uk, Забезпечено можливість використання корпоративної платформи Microsoft Teams в інтернет-сервісі Microsoft Office 365 для здобувачів та викладачів КНУБА.</p>
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>Реалізується відповідно до вимог чинного законодавства та регулюється Положенням університету. 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>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Положення університету передбачає можливість і перспективи міжнародної кредитної мобільності; публікації результатів досліджень у міжнародних фахових журналах; виступи на міжнародних конференціях, семінарах, стажування закордоном тощо.</p>
Навчання іноземних здобувачів ВО	<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.</p>

2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 «Маркетинг» та їх послідовність

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
ОК1	Вища та прикладна математика	6	Залік, екзамен
ОК2	Історія української державності і культури	3	Залік
ОК3	Основи академічного письма	3	Залік
ОК4	Фізичне виховання	6	Залік
ОК5	Ділова іноземна мова	3	Залік
ОК6	Правознавство	5	Екзамен
ОК7	Історія філософії та філософської думки	3	Екзамен
ОК8	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
OK 32	Виробнича практика	6	Залік
OK 33	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
OK 34	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
OK 35	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
OK 36	Маркетингові комунікації	4	Залік
OK 37	Електронна комерція	5	Екзамен
OK 38	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
OK 39	Промисловий маркетинг в будівництві	3	Залік
OK 40	Бізнес-аналітика	4	Екзамен
OK 41	Планування маркетингової діяльності	3	Залік
OK 42	Логістика	4	Екзамен
OK 43	Атестаційний екзамен	3	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		180	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			

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
Загальний обсяг вибірових компонент:			60
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП			240

Здобувач вищої освіти по першому освітньому рівню самостійно обирає дисципліни вибіркової компоненти, представлені: на офіційному сайті КНУБА: <https://www.knuba.edu.ua/navchalno-metodichna-diyalnist/katalog-vibirkovix-osvitnix-komponent/>

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти освітньо- професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Атестація випускників освітньої програми підготовки здобувачів вищої освіти на першому рівні за спеціальністю 075 «Маркетинг» проводиться у формі складання атестаційного екзамену (екзаменів), що 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 та завершується видачею документу. Обов'язковою умовою допуску до атестаційного екзамену (екзаменів) є успішне виконання здобувачем його індивідуального навчального плану.

Гарант ОП

Світлана МАРЧЕНКО

6. Документи, що підтверджують освоєння освітньо-професійної програми підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Особам, які повністю виконали вимоги освітньо-професійної програми і успішно склали атестаційний екзамен (екзамени), видається диплом бакалавра з маркетингу.

7. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійної програми

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](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>