МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ (КНУБА)

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CONSTRUCTION AND ARCHITECTURE (KNUCA)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«М А Р К Е Т И Н Г»

назва освітньої програми

«M A R K E T I N G»

назва освітньої програми англійською мовою

Рівень освіти:	другий (магістерський) рівень вищої освіти
Галузь знань:	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність:	D5 «Маркетинг»
Кваліфікація:	Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою КНУБА

Вводиться в дію з
01 вересня 2025 р.

Київ – 2025

UB
Київський національний університет будівництва і архітектури
№103-ОП/07/25 від 09.04.2025
КЕП: ДНІПРОВ О. С. 09.04.2025 21:23
5E984D526F82F38F040000004581A201F022C305

П Е Р Е Д М О В А

РОЗРОБЛЕНО **проектною групою** у складі:

Захарченко Петро Володимирович, кандидат технічних наук, професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві Київського національного університету будівництва і архітектури.

Максютенко Ірина Євгеніївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві Київського національного університету будівництва і архітектури.

Гарант – Дименко Руслан Анатолійович, доктор економічних наук, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві Київського національного університету будівництва і архітектури.

Стейкголдери:

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;
- Петрова Л.Г., Керівник департаменту навчання і розвитку персоналу ТОВ «Епіцентр К»
- Рудика В.В., директор ТОВ «Рекламна група «Регіон»

Здобувачі:

Жук А.І., Рибчук А.А., Хлівна А.Р., Кухар В.О, Бондаренко О.О.

1. Профіль освітньої-професійної програми «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	Ступінь вищої освіти: другий Кваліфікація: магістр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	«Маркетинг» другого (магістерського) рівня за спеціальністю D5 «Маркетинг» «Marketing» of the second level of higher education (master degree) in specialty D5 «Marketing»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат №10098 від 15.01.2025 року
Цикл/рівень	FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень, НРК України – 7 рівень
Передумови	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.
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	до 14.01.2026 року
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.knuba.edu.ua/about/administrativni-pidrozdili/centr-z-pitan-zabezpechennya-yakosti-osviti/viddil-licenzuvannya-ta-akreditaciyi/accreditation/naukovij-stupin-magistra/

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 (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальність D5 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми	Професійна підготовка у галузі знань «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності «Маркетинг» з поглибленим вивченням теоретико-методичних засад управління маркетинговою діяльністю щодо розробки стратегій, планів та програм з маркетингу, специфіки маркетингу товарів і послуг у будівництві, особливостей просування інфраструктурних проєктів з використанням сучасного інструментарію маркетолога. Такий фокус дозволить випускникам програми отримати навички для успішної роботи, зокрема у будівельній галузі, використовуючи сучасні маркетингові стратегії для просування проєктів і продукції. ***Ключові слова:*** маркетинг, маркетингова стратегія, маркетинговий менеджмент, маркетинг в будівництві, логістичний менеджмент, інноваційний маркетинг.
Особливості освітньої програми	Освітня програма передбачає поглиблене вивчення системи управління маркетинговою діяльністю підприємств із урахуванням необхідності оволодіння практичними навичками з розробки та управління стратегією і тактикою маркетингу, реалізацією планів маркетингу, впровадженням інновацій та спрямована на підготовку фахівців, здатних ефективно просувати будівельні проєкти, матеріали та послуги на ринку. Програма поєднує класичні маркетингові інструменти з вивченням особливостей будівельної галузі. Значна увага приділяється цифровому маркетингу. Програма орієнтована на розвиток навичок комунікації з клієнтами, інвесторами та партнерами з урахуванням специфіки будівельного бізнесу та сучасних тенденцій. 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 (із залученням, у разі потреби, англійської). Програма підготовки складається з: - теоретичної компоненти – 66 кредитів ЄКТС (73,3%), у тому числі: • обов'язкових дисциплін – 30,0 кредитів ЄКТС (33,3%); • дисциплін вільного вибору студента – 24,0 кредити ЄКТС (26,7%); - практичної компоненти – 6 кредитів ЄКТС (6,7%); - підсумкової атестації – 18 кредитів ЄКТС (20,0%).
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістр маркетингу (згідно класифікатора професій ДКП 003:2010) може займати посади: *«12 Керівники підприємств, установ та організацій»:* 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1239 керівники інших функціональних підрозділів. *«13 Керівники малих підприємств без апарату управління»* 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні «*14 Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів*» 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління *«24 Інші професіонали»* 2419.2. Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	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.

5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	**Форми навчання**: очна, заочна, дуальна. **Методи навчання:** 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. **Технології навчання:** проблемно-орієнтоване, практичне, проектне, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання. **Підходи, що використовуються у процесі навчання** – викладання та навчання за програмою ґрунтується на застосуванні студентоцентрованого, компетентнісного, методологічного підходів навчання.
Оцінювання	Оцінювання являє собою один із завершальних етапів навчальної діяльності студента та визначення результатів успішності навчання. Оцінювання успішності студентів проводиться за Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою організації навчального процесу (ECTS), національною 4-х бальною шкалою: - «відмінно», - «добре», - «задовільно», - «незадовільно» - вербальною («зараховано», «незараховано») системами. Види контролю: - поточний, - тематичний, - періодичний, - підсумковий, - самоконтроль. 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.

6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	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.
Загальні компетентності (ЗК)	**ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК4.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. **ЗК5.** Навички міжособистісної взаємодії. **ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ЗК8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Загальні компетентності (ЗК), визначені закладом вищої освіти	**ЗК9** Здатність спілкуватися іноземною мовою, працювати в міжнародному контексті, використовувати інформаційні та комунікаційні технології в сфері маркетингу. **ЗК10.** Здатність проявляти лідерські навички, планувати та управляти часом, стресостійкість. **ЗК11.** Набуття навичок цілісного, інноваційного, гнучкого мислення.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	**СК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **СК2**. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **СК3**. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **СК4**. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. **СК5**. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **СК6**. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. **СК7**. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. **СК8**. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і

	ефективність її функціонування. **СК9**. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК), визначені закладом вищої освіти	**СК10**. Здатність обґрунтовувати комплекс маркетингових рішень щодо формування, ефективного функціонування підприємства та розвитку як цілісної системи. **СК11**. Здатність визначати необхідність в створенні та використанні маркетингового потенціалу організації в цілому та за його складовими, вибудовувати стратегію управління ним. **СК12**. Здатність збирати, систематизувати, нагромаджувати потрібну для виконання посадових обов'язків маркетологів нормативно-правову, соціально-економічну, науково-методичну, довідкову та іншу інформацію. **СК13**. Здатність здійснювати маркетингову діяльність в галузі будівництва. **СК14**. Здатність застосовувати відповідний маркетинговий інструментарій, з метою удосконалення та управління основними бізнес-процесами з використанням новітніх інформаційних технологій.
7. Програмні 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. **ПРН14**. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. **ПРН15**. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
Програмні результати навчання визначені закладом вищої освіти	**ПРН16**. Вміти проводити дослідницьку роботу, з застосування сучасних методів і спеціалізованого програмного забезпечення та аргументувати власну точку зору, презентуючи результати досліджень. **ПРН17**. Вміти формувати, корегувати маркетингову політику в умовах нестабільного конкурентного бізнес-середовища, націлену на досягнення стратегічних цілей, оцінювати її ефективність. **ПРН18**. Вміти застосовувати інноваційні підходи щодо впровадження маркетингової діяльності на підприємстві, орієнтуючись на принципи цілісності, гнучкості, адаптивності.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програм	
Кадрове забезпечення	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). 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. У процесі організації навчального процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської, інноваційної та фахової роботи.
Матеріально-технічне забезпечення	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). 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 зал, 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. 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.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	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). - офіційний сайт КНУБА: https://www.knuba.edu.ua; - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - наукова бібліотека, читальні зали; - віртуальне навчальне середовище Moodle; - корпоративна пошта; - університетський репозитарій; - навчальні і робочі плани; - графіки навчального процесу; - навчально-методичні комплекси дисциплін; - навчальні та робочі програми дисциплін; - матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; - програма практики; - паспорт кваліфікаційної роботи здобувача; критерії оцінювання рівня підготовки; Офіційний веб-сайт https://www.knuba.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Усі навчально-методичні матеріали доступні для студентів у читальному залі наукової бібліотеки. Читальний зал має комп'ютери і бездротовий доступ до мережі Інтернет. Всі ресурси бібліотеки доступні на сайті університету https://library.knuba.edu.ua
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Положенням університету передбачена можливість національної кредитної мобільності. Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших закладах освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	Положенням університету передбачена можливість міжнародної кредитної мобільності
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 «Маркетинг»

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

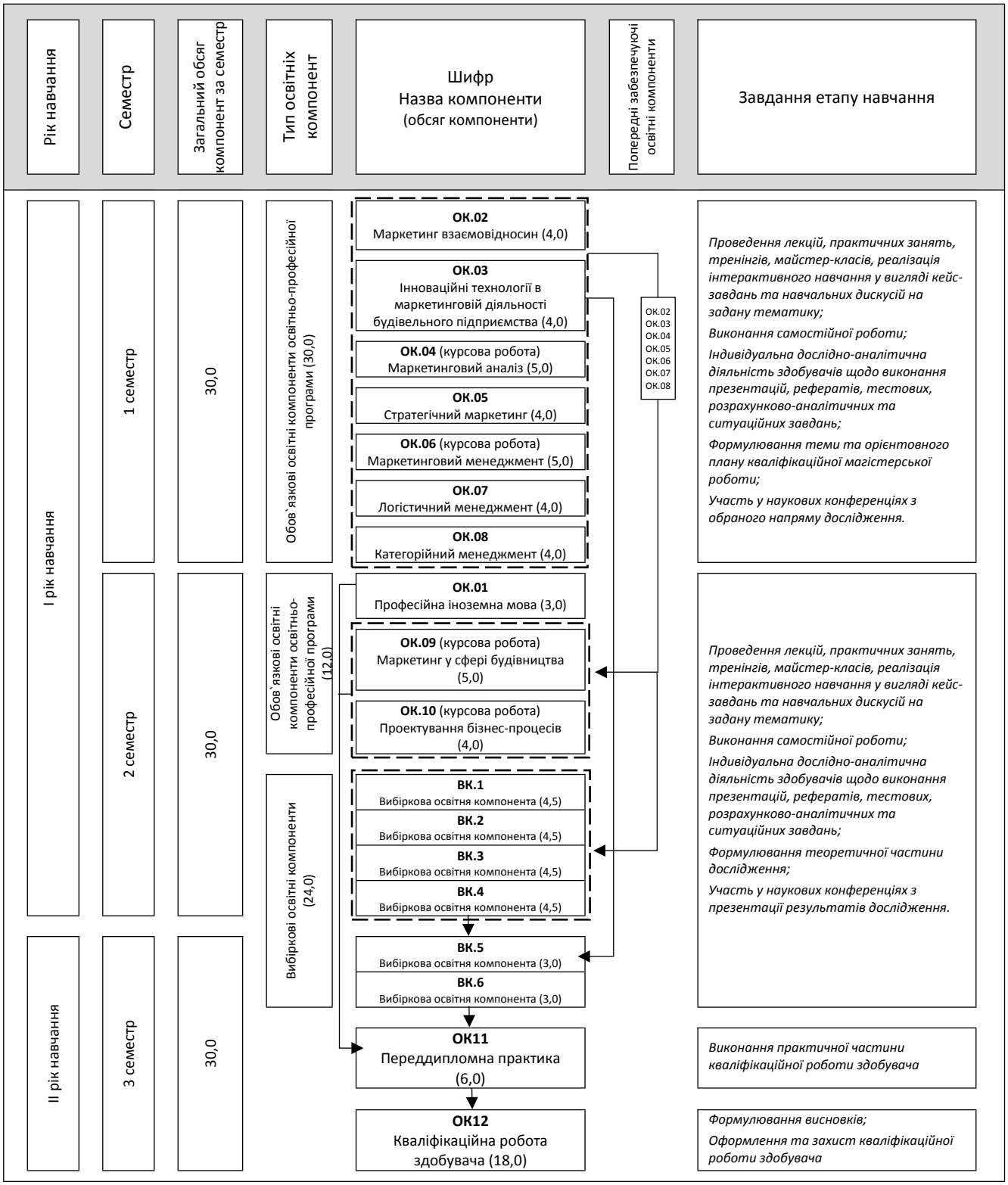
Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові освітні компоненти освітньо-професійної програми			
ОК.01	Професійна іноземна мова	3,0	Залік
ОК.02	Маркетинг взаємовідносин	4,0	Залік
ОК.03	Інноваційні технології в маркетинговій діяльності будівельного підприємства	4,0	Залік
ОК.04	Маркетинговий аналіз	5,0	Іспит
ОК.05	Стратегічний маркетинг	4,0	Іспит
ОК.06	Маркетинговий менеджмент	5,0	Іспит
ОК.07	Логістичний менеджмент	4,0	Іспит
ОК.08	Категорійний менеджмент	4,0	Залік
ОК.09	Маркетинг у сфері будівництва	5,0	Іспит
ОК.10	Проектування бізнес-процесів	4,0	Іспит
2. Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми (здобувач обирає дисципліни сумарним обсягом 24 кредити)			
ВК.1	Вибіркова компонента 1 семестру 2	4,5	Залік
ВК.2	Вибіркова компонента 2 семестру 2	4,5	Залік
ВК.3	Вибіркова компонента 3 семестру 2	4,5	Залік
ВК.4	Вибіркова компонента 4 семестру 2	4,5	Залік
ВК.5	Вибіркова компонента 5 семестру 3	3,0	Залік
ВК.6	Вибіркова компонента 6 семестру 3	3,0	Залік
3. Практична підготовка			
ОК.11	Переддипломна практика	6,0	Залік
4. Атестація здобувачів вищої освіти			
ОК.12	Кваліфікаційна робота здобувача	18,0	
Загальний обсяг практичної підготовки		24,0	
Загальний обсяг обов'язкових компонент ОП		**66,0**	
Загальний обсяг вибіркових компонент ОП		**24,0**	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми		**90,0**	

Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми

Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми здобувачі обирають з університетського каталогу вибіркових дисциплін (дисципліни вільного вибору здобувача), який формується з навчальних дисциплін, наданих різними кафедрами за різними рівнями вищої освіти. Щорічно перелік вибіркових освітніх компонентів від кожної кафедри оновлюється. Здобувачі вищої освіти за цією ОП повинні вибрати дисципліни сумарною кількістю 24 кредити. 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».

Дисципліни вибіркової компоненти, представлені на офіційному сайті КНУБА: https://lookerstudio.google.com/reporting/825ec1df-3876-4b54-bd94-bfd8f9daac88/page/b4hFD

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ» за спеціальністю D5 «Маркетинг»

Атестація випускників освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ», галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальності D5 «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи здобувача.

На атестацію виноситься сукупність знань, умінь, навичок, інших компетентностей, набутих здобувачем освіти у процесі навчання.

До атестації допускаються здобувачі освіти, які виконали всі вимоги програми підготовки.

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.

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 року з використанням спеціальних комп'ютерних програм для виявлення плагіату МОН України. Кваліфікаційна робота здобувача повинна бути оприлюднена шляхом розміщення у повному обсязі в репозитарії КНУБА.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей циклу загальної, професійної та практичної підготовки компонентам освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ»

	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
ОК.01	+					+	+			+															+	
ОК.02	+		+			+	+					+		+		+				+						+
ОК.03	+	+			+		+	+				+	+	+	+	+					+			+		+
ОК.04	+	+					+						+		+		+		+	+				+		
ОК.05	+	+	+	+			+		+		+		+	+				+	+	+		+	+			+
ОК.06	+	+		+			+		+								+	+	+				+			
ОК.07	+	+		+	+											+		+		+		+			+	+
ОК.08	+	+		+	+			+	+		+						+		+					+	+	
ОК.09	+	+		+			+		+								+	+	+				+			
ОК.10	+	+	+	+			+		+		+		+	+				+	+	+		+	+			+
ОК.11	+		+				+		+			+	+	+	+					+	+				+	
ОК.12	+		+				+		+			+	+	+	+					+	+				+	

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) циклу загальної, професійної та практичної підготовки відповідним компонентам освітньо-професійної програми «МАРКЕТИНГ»

	ПРН1	ПРН2	ПРН3	ПРН4	ПРН5	ПРН6	ПРН7	ПРН8	ПРН9	ПРН10	ПРН11	ПРН12	ПРН13	ПРН14	ПРН15	ПРН16	ПРН17	ПРН18
ОК.01					+			+										
ОК.02		+	+		+		+	+	+					+	+			+
ОК.03		+	+		+				+	+						+		+
ОК.04	+						+				+	+			+			
ОК.05		+	+	+		+	+		+	+	+	+					+	
ОК.06		+				+			+	+		+	+	+				
ОК.07			+			+				+			+					
ОК.08	+			+				+	+	+				+				+
ОК.09		+	+			+			+	+		+	+	+				
ОК.10	+	+		+		+		+	+	+				+				+
ОК.11	+		+	+								+			+	+	+	+
ОК.12	+	+	+		+				+			+			+	+	+	+

6. Документи, що підтверджують освоєння освітньо-професійної програми підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг»

Особам, які повністю виконали вимоги освітньо-професійної програми і успішно захистили кваліфікаційну магістерську роботу, видається диплом магістра маркетингу.

7. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

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