

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ



ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор академії

А. Ковров

« 25 »

2024 р.

ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: бакалавр маркетингу

СХВАЛЕНО

Вченою радою Одеської державної академії
будівництва та архітектури
протокол № 8 від «25» квітня 2024 року

ОДЕСА - 2024

ПЕРЕДМОВА

1. РОЗРОБЛЕНО

Освітньо-професійну програму Маркетинг за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти розроблено згідно зі Стандартом вищої освіти, який затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343, робочою групою Одеської державної академії будівництва та архітектури у складі:

Окландер Ігор Михайлович	канд.екон.наук, доцент кафедри менеджменту і маркетингу, гарант освітньої програми
Станкевич Ірина Володимирівна	д-р.екон.наук, професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу
Сахацький Микола Павлович	д-р.екон.наук, професор, професор кафедри менеджменту і маркетингу
Сербін Віталій Ігоревич	операційний директор MIM:AGENCY, м. Одеса, стейкхолдер від роботодавців
Харьковенко Олег Володимирович	засновник Товариства з обмеженою відповідальністю БАГАТОПРОФІЛЬНА ФІРМА СЕКРЕТ СЕРВІС, м. Одеса, стейкхолдер від роботодавців
Костиця Валерія Віталіївна	випускниця за освітньо-професійною програмою Маркетинг першого (бакалаврського) рівня, 2018 р., ПрАТ Українське Дунайське Пароплавство, морський агент, стейкхолдер від роботодавців
Новак Діана Олександрівна	здобувач за освітньо-професійною програмою Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Поліщук Ірина Ігорівна – доктор.екон.наук, завідувач кафедри маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту Київського державного торговельно-економічного університету, м. Вінниця;

Чабаненко Петро Миколайович – голова правління Громадської організації АСОЦАЦІЯ ОДЕСЬКИХ БУДІВЕЛЬНИКІВ, м. Одеса.

2. ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Вченою радою Одеської державної академії будівництва та архітектури, протокол №8 від «25» квітня 2024 року

3. ВВЕДЕНО в дію вперше з 01 вересня 2024 року

на заміну Освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, що затверджена Вченою радою Одеської державної академії будівництва та архітектури від «22» квітня 2022 року, протокол №10, зі змінами згідно з наказом №208/од від 24.10.2023р. Про вдосконалення освітніх програм в 2023-2024 навчальному році

4. ВІДОМОСТІ ЩОДО АКРЕДИТАЦІЇ

Сертифікат про акредитацію спеціальності 075 Маркетинг № АД 16006512 (відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 03 липня 2017 року, протокол №126 (Наказ МОН України від 05.07.2017р. №139-л). Термін дії 01 липня 2027 року.

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

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Одеська державна академія будівництва та архітектури, Навчально-науковий інститут Бізнесу та інформаційних технологій, кафедра менеджменту і маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми у ЄКТС	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньої програми: – на основі повної загальної середньої освіти 240 кредитів ЄКТС, – на основі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») можуть бути визнані та перезараховані кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки обсягом не більше ніж 120 кредитів ЄКТС. – на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» може бути визнано та перезараховано не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.
Наявність акредитації	Відповідно до наказу МОН України від 05.07.2017 за № 139-л: Акредитаційна комісія МОН України, сертифікат серії АД, № 16006512, рішення АК від 03 липня 2017 р. № 126 Галузь знань та спеціальність /напрямок 07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг рівнем вищої освіти бакалавр, термін дії сертифіката – до 1 липня 2027 р.
Цикл / рівень	Національна рамка кваліфікації України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень

Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти, ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст», згідно з правилами прийому на поточний рік
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До введення в дію наступної редакції
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://odaba.edu.ua/academy/educational-activities
2 - Мета освітньої програми	
Підготовка високоосвічених фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, здатних вирішувати спеціалізовані складні задачі та практичні проблеми сучасних організацій, зокрема в галузі будівництва	
3 - Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	<p>Галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальність 075 Маркетинг</p> <p>Освітньо-професійна програма – Маркетинг</p> <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-категоріальний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p><i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні</p>

	продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	<p>Професійна, прикладна.</p> <p>Професійна підготовка та прикладна спеціальна освіта в області маркетингу з фокусуванням на підготовці фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, здатних вирішувати спеціалізовані складні задачі та практичні проблеми сучасних підприємств, зокрема в галузі будівництва.</p> <p>Програма забезпечує глибоке розуміння основних маркетингових концепцій, принципів та інструментів за рахунок поєднання теоретичного навчання з практичним досвідом; фокусується на викликах, з якими стикаються українські підприємства, зокрема будівельні організації, в умовах сучасного ринку, та надає знання та навички, необхідні для їх вирішення, розробки та реалізації ефективних маркетингових стратегій, враховує особливості ведення бізнесу в Україні та світі, а також останні тренди та інновації в маркетингу, що дозволяє сформуванню у здобувачів компетентності, необхідні для аналізу інформації та прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, а також для успішної кар'єри в маркетингу, стимулює до самостійного навчання, розвитку критичного мислення та прийняття рішень</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Вища освіта в галузі 07 Управління та адміністрування спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійна програма Маркетинг.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, соціальна відповідальність та етика, маркетингова товарна політика, управління персоналом, маркетингова цінова політика, логістика, комунікативний менеджмент, Інтернет-маркетинг, WEB-дизайн, маркетингова політика комунікацій, економіка та фінанси будівельної організації, маркетинг в будівництві, маркетингові дослідження, вступ до будівництва, основи архітектурних та будівельних конструкцій, основи технології та організації будівельного виробництва, управління продажем та мерчандайзинг, менеджмент стартапів, управління інноваціями, адаптивний маркетинг, міжнародний маркетинг, ціноутворення та цінова політика будівельної організації.</p>

Особливості програми	Програма націлена на підготовку висококваліфікованих фахівців, здатних вирішувати комплекс маркетингових завдань теоретичного та прикладного характеру на сучасних підприємствах, незалежно від форм власності та господарювання. Особливість програми полягає в урахуванні галузевого аспекту при формуванні та реалізації комплексу маркетингу для продукції та послуг в сфері будівництва за умов мінливого зовнішнього середовища в контексті впливу технологічних, економічних, екологічних, демографічних, геополітичних та інших факторів. Зокрема, освітня програма передбачає практичну підготовку протягом третього та четвертого року в організаціях галузі будівництва тощо, що дозволяє здобувачам отримати досвід роботи та закріпити на практиці набуті спеціальні (фахові) компетенції
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Бакалавр маркетингу здатний виконувати професійні роботи й обіймати посади відповідно до Національного класифікатору професій України Класифікатор професій ДК 003:2010 (зі змінами та доповненнями):</p> <ul style="list-style-type: none"> – 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; – 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; – 2490 Професіонали, що не входять в інші класифікаційні угруповання; – 3416 Закупники; – 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери; – 3436 Помічники керівників <p>Працевлаштування можливе на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні) усіх форм власності.</p>
Подальше навчання	Можливість навчання за програмами другого (магістерського) циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК за спеціальністю 075 Маркетинг, міждисциплінарних програм, тощо. Набуття додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.

5 - Викладання та оцінювання

Викладання та навчання

Підходи, що використовуються у викладанні, містять методи та технології сучасного навчання, передбачені освітньою програмою, а саме: студенто-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, самостійну роботу студентів, у тому числі виконання індивідуальних завдань: курсових робіт, розрахунково-графічних робіт, контрольних робіт; професійну практику.

Основними методами навчання є пояснювально-ілюстративний, метод проблемного викладення, дослідницький, метод наочності.

Методи навчання імплементуються в освітній процес відповідно до рівня вищої освіти, спеціальності та цілей освітньої програми з урахуванням Місії та цілей освітньої діяльності та Стратегії розвитку Одеської державної академії будівництва та архітектури.

Формування соціальних навичок (soft skills) здобувачів відбувається через вивчення ними компонентів як загальних, так і фахових; участь у конференціях з доповідями; олімпіадах, конкурсах студентських наукових робіт, практичній підготовці, академічній мобільності, культурно-масовій і спортивній діяльності; інших заходах, які зумовлені цілями програми, зокрема подальшою професійною діяльністю випускника програми.

Загальну організацію з питань міжнародного співробітництва та зовнішньоекономічної діяльності покладено на відділ міжнародних зв'язків.

Для здобувачів вищої освіти, що навчаються за освітньо-професійною програмою, забезпечено:

- освітню підтримку в контексті питань, що безпосередньо стосуються організації навчання і викладання, зокрема роботу деканатів, відділів з організації освітнього процесу, інших допоміжних підрозділів академії та їх взаємодії зі здобувачами;
- консультативну та соціальну підтримку у відповідних сферах (консультування з приводу працевлаштування, психологічна підтримка і т. ін.);
- організаційно-інформаційну підтримку у взаємовідносинах здобувачів з Академією з адміністративних питань (отримання інформації, довідок, підтверджень и т.п.);
- інформаційну взаємодію здобувачів вищої освіти з освітніх і позанавчальних питань, у тому числі

	<p>наявність відповідної інформації у вільному доступі (розклад, консультації, інша інформація на офіційному веб-сайті Академії).</p> <p>Викладання проводиться у вигляді: лекцій, лекцій-презентацій з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, практичних занять, практичних майстер класів (в т.ч. із залученням художників-практиків, фахівців з інших творчих спеціальностей), практичної підготовки, самостійного навчання на основі сучасної наукової та методичної літератури та консультацій викладачів.</p> <p>Також організована можливість навчання і викладання з використанням технологій дистанційного навчання (у тому числі Google Workspace, Moodle).</p>
Оцінювання	<p>Система оцінювання якості освоєння освітньо-професійної програми включає: поточний та підсумковий (семестровий) контроль, атестацію.</p> <p>Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях (усне або письмове опитування, експрес-контроль, виступи здобувачів при обговоренні питань, контрольні роботи, тестовий контроль, презентації тощо)</p> <p>Підсумковий контроль проводиться у формі екзамену або заліку, захисту курсових робіт, захисту звітів з практики.</p> <p>Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.</p> <p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти оцінюють за 100-бальною шкалою та шкалою ЄКТС.</p>
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	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.
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 і 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,</p>

	<p>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 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>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p>

	<p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>Спеціальні (фахові) компетентності, визначені закладом вищої освіти</p>	<p>СК15. Здатність розуміти організацію процесу виробництва у будівництві для вирішення складних спеціалізованих задач та практичних проблем в ухваленні маркетингових рішень.</p> <p>СК16. Здатність планування та провадження маркетингової діяльності будівельної організації з урахуванням використання технічної літератури та основ технологій будівельного виробництва.</p> <p>СК17. Здатність оцінювати та аналізувати соціально-економічні процеси у будівництві, використовувати основи ціноутворення в професійній діяльності та виконувати розрахунки вартості будівельних об'єктів.</p>
<p>7 - Програмні результати навчання</p>	
<p>Програмні результати навчання (РН)</p>	<p>РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p>

PH4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

PH5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

PH6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

PH7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

PH8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

PH9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і не фахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

PH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

	<p>RH15. 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.</p> <p>RH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>RH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>RH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<p>Програмні результати навчання, визначені закладом вищої освіти</p>	<p>RH19. Демонструвати навички постановки та обґрунтування маркетингових рішень в будівельних організаціях при вирішенні складних спеціалізованих задач та практичних проблем за професійною сферою діяльності.</p> <p>RH20. Демонструвати вміння провадження маркетингової діяльності з просування продуктів та послуг будівництва на основі базових знань технології та організації будівельного виробництва.</p> <p>RH21. Аналізувати соціально-економічні процеси, фінансово-господарську діяльність в будівництві, застосовувати технології виконання робіт з ціноутворення та розрахунків вартості будівельних об'єктів.</p>
<p>8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми</p>	
<p>Кадрове забезпечення</p>	<p>Науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми, працюють за основним місцем роботи в Академії, мають вчене звання та/або науковий ступінь, відповідають вимогам ліцензійних та акредитаційних умов провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти (Постанова Кабінету міністрів України «Про забезпечення ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. №1187, зі змінами та доповненнями). З метою підтримання компетентності на належному рівні, усі науково-педагогічні працівники проходять підвищення кваліфікації/стажування, у т.ч. закордонне. Фахову (спеціальну) підготовку здійснює кафедра менеджменту і маркетингу, науково-педагогічний склад</p>

	якої має достатню кількість докторів економічних наук, професорів, кандидатів наук та доцентів.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення Одеської державної академії будівництва та архітектури відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу за освітньо-професійною програмою, що включає: майстерні, кабінети, комп'ютерні та спеціалізовані аудиторії, бібліотеку, читальні зали, спортивні зали, актову залу, спортивний майданчик, базу відпочинку, їдальні, найпростіші укриття.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання електронних ресурсів: електронного каталогу, електронної бібліотеки, ресурсів Internet, Open Access, веб-сайту Академії, бібліографічних ресурсів, репозиторію Академії (OSACEAeR http://mx.ogasa.org.ua/), Google Workspace та авторських навчально-методичних розробок науково-педагогічних працівників.
9 - Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється на підставі двосторонніх договорів між Академією та закладами вищої освіти України та існуючих національних програм. Передбачається перезарахування частини кредитів ЄКТС відповідної освітньої програми, отриманих в інших закладах вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна академічна мобільність реалізується на підставі міжнародних меморандумів та договорів про співробітництво, міжнародних програм і проектів, договорів про співробітництво з іноземними закладами вищої освіти, зокрема такими як: <ul style="list-style-type: none"> – Anhalt University of Applied Sciences (Memorandum of Understanding 23.05.2023, термін дії до 23.05.2028 р., Анхальтський університет прикладних наук, м. Кетен, Німеччина); – WSHIU Academy of Applied Sciences (Memorandum of Understanding 07.07.2023, термін дії до 07.07.2028 р., Академія Прикладних Наук, м. Познань, Польща). Міжнародна академічна мобільність також може бути реалізована учасниками освітнього процесу з власної ініціативи, підтриманої адміністрацією Академії на основі індивідуальних запрошень та інших механізмів. Основна міжнародна кредитна мобільність здійснюється згідно програм ERASMUS+.

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів за освітньо-професійною програмою Маркетинг здійснюється на підставі Наказу МОН від 18.07.2019 № 944-л та згідно з Правилами прийому до Одеської державної академії будівництва та архітектури та відповідними Положеннями Центру підготовки спеціалістів із зарубіжних країн. Мова навчання - українська.
10 - Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	
Принципи та процедури	Принципи забезпечення якості вищої освіти реалізуються згідно з вимогами чинного законодавства та внутрішньої системи управління якістю, зокрема Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти Одеської державної академії будівництва та архітектури: https://odaba.edu.ua
Моніторинг та періодичний перегляд освітньої програми	Перегляд та оновлення освітньої програми здійснюється згідно з вимогами чинного законодавства та внутрішнім стандартом Академії, зокрема Положення про розроблення, затвердження, моніторинг, періодичний перегляд та закриття освітніх програм Одеської державної академії будівництва та архітектури: https://odaba.edu.ua
Публічність інформації про освітню програму	Розміщення інформації на офіційному веб-сайті у відкритому доступі (https://odaba.edu.ua)
Запобігання академічного плагіату та його виявлення	Основні засади дотримання академічної доброчесності визначено у: – Кодексі академічної доброчесності Одеської державної академії будівництва та архітектури: https://odaba.edu.ua ; – Порядку перевірки академічних робіт та наукових текстів на плагіат Одеської державної академії будівництва та архітектури: https://odaba.edu.ua

2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми Маркетинг та їх логічна послідовність

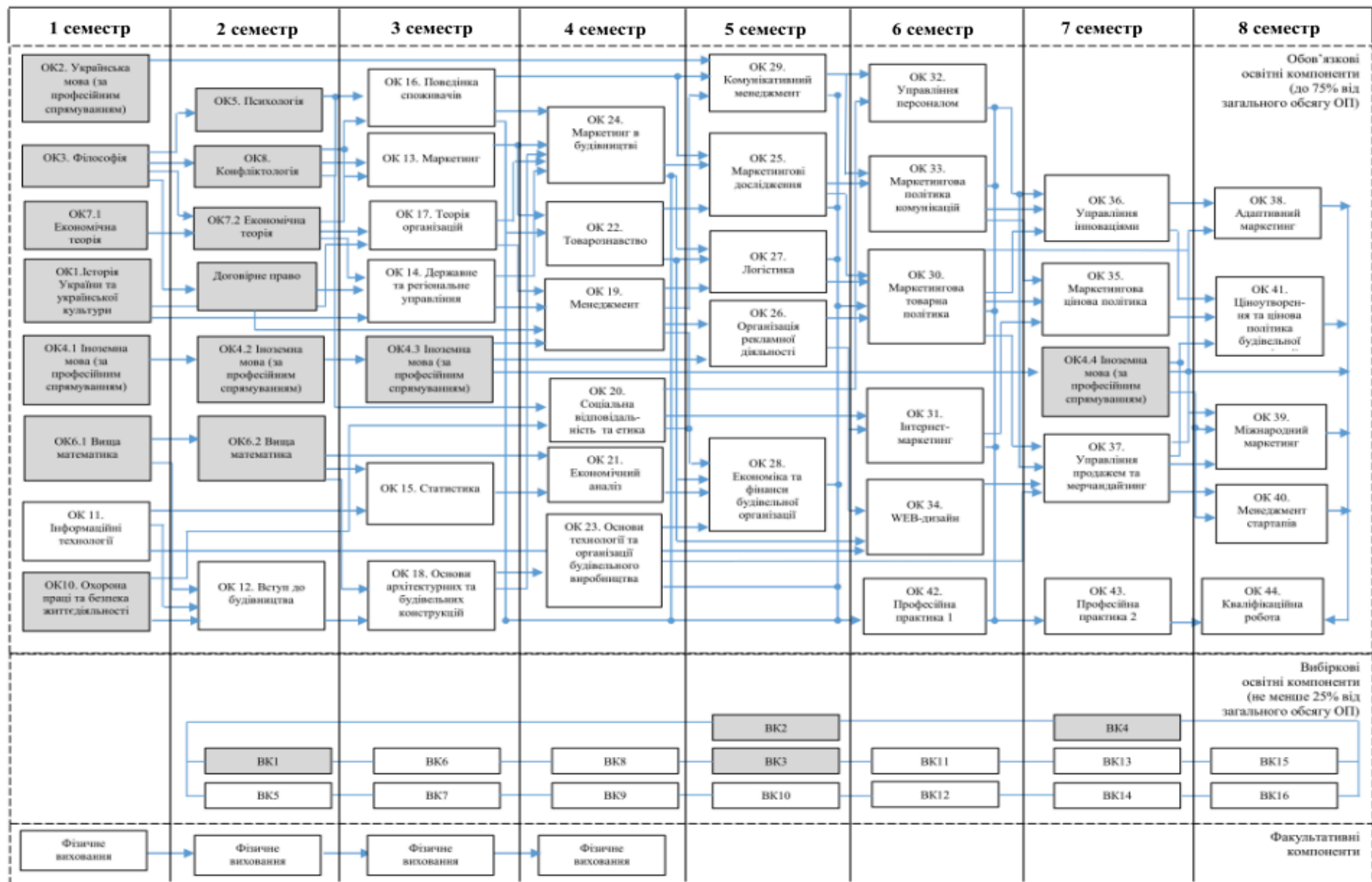
2.1 Перелік освітніх компонентів

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
	ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ	180	
	Загальні компоненти	50,0	
OK1	Історія України та української культури	3,0	залік
OK2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3,0	залік
OK3	Філософія	4,0	екзамен
OK4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	9,0	
OK4.1	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) 1	2,0	залік
OK4.2	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) 2	2,0	залік
OK4.3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) 3	2,0	залік
OK4.4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) 4	2,0	залік
OK5	Психологія	4,0	залік
OK6	Вища математика	11,0	
OK6.1	Вища математика 1	6,0	залік
OK6.2	Вища математика 2	5,0	екзамен
OK7	Економічна теорія	6,0	
OK7.1	Економічна теорія 1	3,0	залік
OK7.2	Економічна теорія 2	3,0	екзамен
OK8	Конфліктологія	3,0	залік
OK9	Договірне право	3,0	залік
OK10	Охорона праці та безпека життєдіяльності	4,0	залік
	Спеціальні (фахові компоненти)	130,0	
OK11	Інформаційні технології	4,0	екзамен
OK12	Вступ до будівництва	3,0	залік
OK13	Маркетинг	5,0	екзамен
OK14	Державне та регіональне управління	4,0	залік
OK15	Статистика	3,0	залік
OK16	Поведінка споживачів	3,0	залік
OK17	Теорія організацій	3,0	екзамен
OK18	Основи архітектурних та будівельних конструкцій	2,0	залік
OK19	Менеджмент	5,0	екзамен
OK20	Соціальна відповідальність та етика	4,0	екзамен
OK21	Економічний аналіз	4,0	екзамен
OK22	Товарознавство	3,0	залік
OK23	Основи технології та організації будівельного виробництва	3,0	залік
OK24	Маркетинг в будівництві	3,0	залік
OK25	Маркетингові дослідження	5,0	екзамен

1	2	3	4
OK26	Організація рекламної діяльності	4,0	залік
OK27	Логістика	4,0	екзамен
OK28	Економіка та фінанси будівельної організації	4,0	екзамен
OK29	Комунікативний менеджмент	3,0	залік
OK30	Маркетингова товарна політика	5,0	екзамен
OK31	Інтернет-маркетинг	4,0	залік
OK32	Управління персоналом	4,0	залік
OK33	Маркетингова політика комунікацій	3,0	екзамен
OK34	WEB-дизайн	3,0	залік
OK35	Маркетингова цінова політика	5,0	екзамен
OK36	Управління інноваціями	3,0	екзамен
OK37	Управління продажем та мерчандайзинг	3,0	екзамен
OK38	Адаптивний маркетинг	4,0	екзамен
OK39	Міжнародний маркетинг	4,0	залік
OK40	Менеджмент стартапів	4,0	екзамен
OK41	Ціноутворення та цінова політика будівельної організації	4,0	залік
	Практична підготовка	9,0	
OK42	Професійна практика 1	3,0	залік
OK43	Професійна практика 2	6,0	залік
OK44	Кваліфікаційна робота	6,0	захист
	ФАКУЛЬТАТИВНІ КОМПОНЕНТИ*		
ФК1	Фізичне виховання	8,0	
ФК1.1	Фізичне виховання 1	2,0	залік
ФК1.2	Фізичне виховання 2	2,0	залік
ФК1.3	Фізичне виховання 3	2,0	залік
ФК1.4	Фізичне виховання 4	2,0	залік
	ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ	60,0	
	Загальні компоненти	12,0	
ВК 1	Дисципліна за вибором 1	3,0	залік
ВК 2	Дисципліна за вибором 2	3,0	залік
ВК 3	Дисципліна за вибором 3	3,0	залік
ВК 4	Дисципліна за вибором 4	3,0	залік
	Спеціальні (фахові) компоненти	48,0	
ВК 5	Дисципліна за вибором 5	4,0	залік
ВК 6	Дисципліна за вибором 6	4,0	залік
ВК 7	Дисципліна за вибором 7	4,0	залік
ВК 8	Дисципліна за вибором 8	4,0	залік
ВК 9	Дисципліна за вибором 9	4,0	залік
ВК 10	Дисципліна за вибором 10	4,0	залік
ВК 11	Дисципліна за вибором 11	4,0	залік
ВК 12	Дисципліна за вибором 12	4,0	залік
ВК 13	Дисципліна за вибором 13	4,0	залік
ВК 14	Дисципліна за вибором 14	4,0	залік
ВК 15	Дисципліна за вибором 15	4,0	залік
ВК 16	Дисципліна за вибором 16	4,0	залік
	ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП	240,0	

* позакредитні компоненти

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми Маркетинг



Примітка:

OK/BK – загальні компоненти обов'язкові / вибіркові

OK/BK – спеціальні (фахові) компоненти обов'язкові / вибіркові

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація випускника освітньо-професійної програми – Маркетинг проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов у сфері маркетингової діяльності, із застосуванням відповідних теорій та методів.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації та списування.</p> <p>Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті Одеської державної академії будівництва та архітектури або кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва та архітектури. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Документ (диплом) встановленого зразка про присудження ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування.

**Перелік нормативних документів,
на яких базується освітньо-професійна програма Маркетинг**

1. Закон України Про вищу освіту № 1556-VII від 01.07.2014 р.
URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон України Про освіту № 2145-УІІ від 05.09.2017 р.
URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24.03.2021 р. № 365)
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>
4. Національний класифікатор України: Класифікація видів економічної діяльності ДК 009: 2010 (із змінами, внесеними від 24.02.2020 р.)
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>
5. Національна рамка кваліфікацій.
URL: <https://nqa.gov.ua/national-qualification-frame/>
6. Національний класифікатор ДК 003:2010 Класифікатор професій (із змінами, внесеними від 16.01.2024 р.).
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text>
7. Стандарт вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень, ступінь вищої освіти бакалавр, галузь знань 07 Управління і адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг. Затверджений та введений в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>