

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ



ЗАТВЕРДЖЕНО

Ректор академії

А. Ковров

2022 року



ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Маркетинг
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Кваліфікація: Магістр з маркетингу

СХВАЛЕНО

Вченою радою Одеської державної
академії будівництва та архітектури
протокол № 10 від «28» квітня 2022 року

ОДЕСА - 2022

ПЕРЕДМОВА

1. РОЗРОБЛЕНО

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075«Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблено згідно до Стандарту вищої освіти який затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960, робочою групою Одеської державної академії будівництва та архітектури у складі:

Сахацький Микола Павлович	- керівник робочої групи, доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва та архітектури;
Остапчук Володимир Аркадійович	- член робочої групи, роботодавець, засновник ТОВ «СТІКОН»;
Жело Олександр Олегович	- член робочої групи, випускник ОДАБА спеціальності «Маркетинг», засновник Диджитал агенції «Focos&FlowDigital».

2. ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Вченою радою Одеської державної академії будівництва та архітектури протокол № 10 від «28» квітня 2022р.

3. ВВЕДЕНО в дію з 01 вересня 2022 року.

4. ВІДОМОСТІ ЩОДО АКРЕДИТАЦІЇ

Сертифікат про акредитацію № СН 1694307(відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 26 квітня 2017 року, протокол №125 (Наказ МОН України від 27.04.2017 р. №658). Термін дії 1 липня 2027 року.
<https://odaba.edu.ua/upload/images/mag.Marketing.jpg>

**1.Профіль освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
спеціальності 075«Маркетинг»**

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Одеська державна академія будівництва та архітектури Навчально-науковий інститут бізнесу та інформаційних технологій Кафедра менеджменту і маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський рівень) Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС
Наявність акредитації	Відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 26 квітня 2017 року, протокол №125 (Наказ МОН України від 27.04.2017 р. №658
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікації України –7 рівень FQ-EHEA – другий цикл FQF-LLL - 7 рівень
Передумови	Наявність вищої освіти не нижче ступеня «бакалавр». Єдиний вступний іспит з іноземної мови
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	До введення в дію іншої редакції
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://odaba.edu.ua/academy/educational-activities/-management-and-administration-m
2. Мета освітньої програми	
Мета підготовки: 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; забезпечення конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринку праці фахівців для підприємств усіх форм власності, наукових та освітніх установ, органів державної влади і управління з рівнем вищої освіти магістр, утвердження національних та загальнолюдських цінностей.	

3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	<p>галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальність 075«Маркетинг» ОПП «Маркетинг»</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> 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. • <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; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. • <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Професійна підготовка та прикладна спеціальна освіта в області маркетингу з фокусуванням на підготовці фахівців, здатних розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності, зокрема в галузі будівництва;</p> <p>Ключові слова: маркетинг, ринок, попит, споживач, конкуренція, товар, маркетингові дослідження, дистрибуція, комунікація, ціна, архітектура, будівництво, цивільна інженерія.</p>
Особливості програми	Залучення до практичної діяльності за майбутнім фахом через участь у науково прикладних дослідженнях,

	конференціях, студентських конкурсах наукових робіт, олімпіадах з проблематики та перспектив розвитку маркетингу, в тому числі в сфері архітектури, будівництва та цивільної інженерії.
4. Придатність випускників до працевлаштування подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою випускник здатен виконувати зазначену в Національному класифікаторі України «Класифікатор професій» ДК 003:2010 професійну роботу 2419.1 Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.1 Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.2 Економіст зі збуту 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою для здобуття освітнього рівня доктор філософії - 3 циклу FQ-EHEA, 3 рівня EQF-LLL та 8 рівня національної рамки кваліфікацій Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Підходи до 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, самостійна робота студентів, у тому числі виконання індивідуальних завдань - курсових, розрахунково-графічних та контрольних робіт; професійна практика. Основними методами навчання є пояснювально-ілюстративний, метод проблемного викладення, дослідницький, метод наочності. Викладання проводиться у вигляді: лекції, лекцій-презентацій з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, практичних занять, практичної підготовки, самостійного навчання на основі сучасної наукової та методичної літератури та консультацій викладачів.

Методи оцінювання	<p>Система оцінювання якості підготовки магістрів включає: поточний, підсумковий (семестровий), ректорський контроль та атестацію здобувачів вищої освіти.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за 100-бальною шкалою ЄКТС (ECTS), національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»), для заліків - «зараховано», «не зараховано».</p> <p>Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної магістерської роботи.</p> <p>Оцінювання відбувається відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу» - https://odaba.edu.ua/upload/files/Polozhennya_pro_organizatsiyu_osvitnogo_protsestu_1.pdf та Положення «Про систему оцінювання знань та вмінь студентів» - https://odaba.edu.ua/upload/files/Polozhennya_pro</p>
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	
ІК	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог
Загальні компетентності (ЗК)	
ЗК 1.	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ЗК 2.	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК 3.	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
ЗК 4.	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
ЗК 5.	Навички міжособистісної взаємодії.
ЗК 6.	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
ЗК 7.	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
ЗК 8.	Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК), визначені Стандартом вищої освіти спеціальності	
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) компетентності (СК), визначені ЗВО	
СК 10.	Здатність виконувати розрахунково-аналітичні роботи конкретних будівельних об'єктів з метою оптимізацію маркетингової діяльності
СК 11.	Здатність здійснювати творчий пошук напрямів і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства в сфері будівництва
СК 12.	Здатність застосовувати концептуальні знання у сфері маркетингу, здобуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності в галузі будівництва
7. Програмні результати навчання (РН)	
Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти спеціальності (нормативні) -	РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу; РН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта; РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності; РН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації; РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами; РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними;

	<p>PH7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкт;</p> <p>PH8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу;</p> <p>PH 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень;</p> <p>PH10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів;</p> <p>PH11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;</p> <p>PH12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм;</p> <p>PH13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання;</p> <p>PH14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку;</p> <p>PH15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
<p>Програмні результати навчання, визначені вищим навчальним закладом (спеціальні)</p>	<p>PH16. Організувати маркетингові дослідження та заходи маркетингового комплексу у галузі будівництва та цивільної інженерії</p> <p>PH17. Планувати та виконувати наукові і прикладні дослідження в галузі будівництва та цивільної інженерії, обирати ефективні методики досліджень, аргументувати висновки, презентувати результати досліджень</p> <p>PH18. Аналізувати глобальні економічні процеси та визначати їх вплив на маркетингову діяльність будівельних підприємств.</p> <p>PH19. Проводити системний аналіз ринкової кон'юнктури, приймати нестандартні рішення, вирішувати проблемні маркетингові ситуації.</p>

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення освітньо-професійної програми «Маркетинг» складається з науково-педагогічних працівників, які працюють за основним місцем роботи в Одеській державній академії будівництва та архітектури і відповідають Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення освітньо-професійної програми «Маркетинг» відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладами освіти. Площа навчальних приміщень для навчання здобувачів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» не менш ніж 2,4 кв. метра на одного здобувача. Навчальні аудиторії забезпечені мультимедійним обладнанням понад 30 відсотків. Є гуртожитки. Соціально-побутова інфраструктура ОДАБА - бібліотека, у т.ч. читальні зали; пункти харчування; актова зала; стадіон.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Студенти мають доступ до баз даних періодичних наукових видань, у тому числі англійською мовою: <ul style="list-style-type: none"> - вітчизняні та закордонні фахові періодичні видання у бібліотеці Одеської державної академії будівництва та архітектури - Будівництво України; Довідник кадровика; Діловодство та документообіг; Економіка в Україні; Фінансовий контроль, Маркетингові дослідження в Україні, Наука та інновації, Стандартизація, сертифікація, якість, Охорона праці, Ландшафтний дизайн; інші; - електронні ресурси: електронний каталог; електронна бібліотека; ресурси Internet; Open Access; - бібліографічні ресурси: нові надходження; бібліографічні покажчики «Енциклопедії та енциклопедичні словники бібліотеки ОДАБА», «Монолітне домобудування»; тематичні списки; віртуальні виставки; дипломні проекти; бібліотечний книгообмін; - віртуальна бібліографічна довідка; нормативно - правові документи «Строй-Інформ»; міжбібліотечний абонемент; електронна доставка документів; - репозиторий Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture electronic Repository, який входить в перелік електронних архівів України (OSACEAeR http://mx.ogasa.org.ua/); - наукометричні дослідження. <p>В бібліотеці ОДАБА електронне обслуговування читачів здійснюється за допомогою автоматизованої технології ABIS Unilib; створені QR-коди до переліку тематичних рекомендаційних списків по різних галузях науки та анотацій</p>

	<p>до навчальної літератури «Нові надходження»; працює BookCrossing – скринька з безоплатним книгообміном.</p> <p>На офіційному веб-сайті ОДАБА розміщена основна інформація про її діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, правила прийому, контактна інформація).</p> <p>Наявність комплексу навчально-методичного забезпечення з кожної навчальної дисципліни навчальною плану. Методичний матеріал надається як у друкованому вигляді, так і в електронній формі, зокрема силабуси розміщено за посиланням https://odaba.edu.ua/academy/educational-activities/-management-and-administration-m, методичні рекомендації розміщено в бібліотеці за посиланням https://odaba.edu.ua/rus/library/electronicresources.</p> <p>Система інформаційно-комунікаційного навчання забезпечує доступ до навчально-методичних матеріалів через інтерактивну платформу Moodle.</p> <p>Функціонує сайти академії https://odaba.edu.ua</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>В академії передбачена можливість національної кредитної мобільності, що регламентується відповідним Положенням - https://odaba.edu.ua/upload/files/Polozhennya_pro_o_akademichnu_mobilnist_1.pdf</p> <p>Мобільність здійснюється на підставі угод про співробітництво щодо реалізації програми академічної мобільності з закладами вищої освіти. Передбачається перезарахування частини кредитів ЄКТС відповідної освітньої програми, отриманих в інших закладах вищої освіти України, але за умови набуття відповідних компетентностей без скорочення загального обсягу кредитів ЄКТС за освітньо-професійної програми «Маркетинг»</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>Міжнародна академічна мобільність реалізується на підставі міжнародних договорів про співробітництво міжнародних програм і проектів, договорів про співробітництво з іноземними закладами вищої освіти, а 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+ та MEVLANA https://odaba.edu.ua/internationalactivities/international-programs-and-projects</p>
Навчання іноземних	Навчання іноземних здобувачів за освітньо-професійної програми «Маркетинг» здійснюється на підставі Наказ МОН

здобувачів вищої освіти	<p>від 18.07.2019 № 944-л та згідно з «Правилами прийому до ОДАБА» https://odaba.edu.ua/enrollee/acceptancecommission та відповідними «Положеннями Центру підготовки спеціалістів із зарубіжних країн ОДАБА» https://odaba.edu.ua/foreignstudents.</p> <p>Функціонує відділ роботи з іноземними студентами. До початку навчання за цією програмою, поза її межами, здійснюється адаптація іноземних здобувачів вищої освіти з вивченням української мови.</p> <p>Мова навчання за освітньою програмою українська.</p>
-------------------------	---

2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та її логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів ОПП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОК	ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ	64	
	Загальні компоненти	6,0	
ОК 1	Правове регулювання господарської діяльності в будівництві	3,0	залік
ОК 2	Іноземна мова (спецкурс)	3,0	іспит
	Спеціальні (фахові компоненти)	58	
ОК 3	Стратегічний маркетинг	6	іспит
ОК 4	Цифровий маркетинг	3	залік
ОК 5	Математичні моделі в економічній діяльності	3	залік
ОК 6	Рекламний менеджмент	3	іспит
ОК 7	Управління проектами	4	іспит
ОК 8	Маркетинговий менеджмент	6	іспит
ОК 9	Оцінка маркетингових інновацій	3	іспит
ОК 10	Переддипломна практика	6	залік
ОК 11	Кваліфікаційна робота	24	публічний захист
ВК	ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ	26	
	Загальні компоненти	6	
ВК1	Дисципліна за вибором 1	3	залік
ВК2	Дисципліна за вибором 2	3	залік
	Спеціальні (фахові компоненти)	20	
ВК3	Дисципліна за вибором 3	4	залік
ВК4	Дисципліна за вибором 4	4	залік
ВК5	Дисципліна за вибором 5	4	залік
ВК6	Дисципліна за вибором 6	4	залік
ВК7	Дисципліна за вибором 7	4	залік
	РАЗОМ	90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми Маркетинг

1 семестр		2 семестр		3 семестр
OK5 Математичні моделі в економічній діяльності		OK1 Правове регулювання господарської діяльності в будівництві	}	
OK3 Стратегічний маркетинг		OK7 Управління проектами		
OK4 Цифровий маркетинг		OK2 Іноземна мова (спецкурс)		
OK6 Рекламний менеджмент		OK8 Маркетинговий менеджмент		OK10 Професійна практика
		OK9 Оцінка маркетингових інновацій		OK11 Кваліфікаційна робота
Дисципліни вільного вибору студентів				

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження другого (магістерського) рівня вищої освіти із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг». Атестація здійснюється відкрито і публічно.

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

1. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) та загальними компетентностями та прикладами стандартів – <http://www.unideusto.org/tuningeu/>).

2. Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>

3. Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>

5. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010// База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>

6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017)// База даних «Законодавство України»/ВР України. URL:<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.

7. Стандарт вищої освіти України із галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності: 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня, рівень освіти: Магістр Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960. - <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/07/12/073-menedzhment-magistr.pdf>

8. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) – https://ihed.org.ua/wpcontent/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf