



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра маркетингу та економічної теорії

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<b>Назва курсу</b>	<b>УНІВЕРСИТЕТСЬКА ТА ФАХОВА ОСВІТА</b>
<b>Викладач</b> 	Бойко Світлана Володимирівна, викладач кафедри маркетингу та економічної теорії
<b>Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність, освітня програма</b>	Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність: D5 «Маркетинг» Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»
<b>Контактний тел.</b>	+38(050) 5137832
<b>E-mail:</b>	boikosv@kntu.kr.ua
<b>Обсяг та ознаки дисципліни</b>	Обов'язкова навчальна дисципліна, рубіжних контролів – 2. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 32 години, практичні заняття – 16 годин, самостійна робота – 72 години. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська.
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі moodle.kntu.kr.ua; у режимі відеоконференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Messenger, Telegram за домовленістю.
<b>Пререквізити</b>	Особливі вимоги відсутні, отже, враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна не потребує особливих навичок та знань та викладається в першому навчальному семестрі.

**1. Мета і завдання дисципліни**

**Мета дисципліни:** підготовка студентів до навчання в університеті відповідно до сучасних інтеграційних процесів у міжнародній освіті в контексті Болонської декларації. Ознайомлення студентів із значенням, змістом, специфікою та особливостями обраного ними

фаху, сучасним станом і перспективами розвитку обраної спеціальності.

**Завдання дисципліни:** сформувати у студентів систему знань щодо суті й соціального значення вищої освіти, сучасних тенденцій її розвитку; прищепити навички самостійного й ефективного навчання в університеті з урахуванням світових освітніх тенденцій; сформувати у студентів розуміння об'єктивних передумов виникнення, суті, функцій, характерних ознак інтеграційних процесів у міжнародній освіті; розуміння суті Болонського процесу як засобу інтеграції і демократизації вищої освіти країн Європи; проблем адаптації вищої освіти України до вимог Болонського процесу; необхідності впровадження і проблеми розвитку студентського самоврядування; розкрити особливості фахової підготовки за обраною спеціальністю.

**Предметом вивчення дисципліни є:** теоретичні основи функціонування закладів вищої освіти та отримання в них освітніх послуг, структура навчального процесу бакалавра, сутність маркетингової діяльності. Знання та вміння, що формуються під час вивчення дисципліни.

## **2. Результати навчання**

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:

### **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 компетенції**

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.

ЗК4. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

### **Спеціальні компетенції**

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

### **Програмні результати навчання**

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН15. 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.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

### 3. Політика курсу та академічна доброчесність

Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

При організації освітнього процесу в Центральнотукаїнському національному технічному університеті здобувачі вищої освіти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу; Положення про організацію вивчення вибіркового навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану ЗВО; Кодексу академічної доброчесності ЦНТУ.

### 4. Програма навчальної дисципліни

Назва теми	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<b>Вступ до дисципліни</b> Роль та місце дисципліни в навчальному плані студента. Предмет, мета та завдання дисципліни. Історія університету. Цінності. Традиції. Знайомство з сайтом університету.	2	2	4
<b>Тема 1. Університетська освіта в контексті Болонського процесу</b> Реформування вищої освіти в Україні. Мета та основні завдання програми дій щодо реалізації положень Болонської декларації. Основні заходи передбачені програмою дій щодо реалізації положень Болонської декларації. Очікувані результати виконання заходів.	4	2	6
<b>Тема 2. Фундаменталізація та індивідуалізація підготовки у фахівців з вищою освітою</b> Розширення доступу до вищої освіти. Індивідуалізація підготовки фахівців. Основні завдання, принципи та етапи формування Європейського простору вищої освіти.	4	2	6
<b>Тема 3. Організація навчального процесу в університеті</b> Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система підготовки фахівців (ЄКТС). Державний стандарт освіти. Освітньо-кваліфікаційна характеристика. Навчальний план. Робоча навчальна програма дисципліни. Індивідуальний навчальний план студента та контроль за ним. Форми організації навчання. Організаційно-методичне забезпечення. Контроль успішності студента. Особливості переведення, відрахування, поновлення студентів та переривання їхнього навчання. Стипендіальне забезпечення студентів.	4	1	8

<b>Тема 4. Бібліотека університету. Академічна доброчесність.</b> Бібліотека ЦНТУ. Структура, фонди, каталоги. Особливості літературних джерел. Репозитарій ЦНТУ та електронний каталог. Академічна доброчесність. Інтелектуальна власність.	2	1	8
<b>Тема 5. Соціально-культурна інфраструктура університету</b> Гуртожитки університету. Студентський клуб. Спорт в університеті.	2	1	8
<b>Тема 6. Студентське самоврядування як невід’ємна складова демократизації вищої школи</b> Профспілковий комітет студентів. Студентська Рада. Цілі, завдання та напрямки діяльності студентського самоврядування.	2	1	8
<b>Тема 7. Фахова підготовка маркетолога</b> Сутність маркетингу. Історія розвитку маркетингу Види маркетингової діяльності. Концепції сучасного маркетингу.	4	2	8
<b>Тема 8. Правові аспекти діяльності маркетолога</b> Ключове законодавство, що регулює маркетингову активність. Етика маркетингової діяльності. Професійні асоціації в сфері маркетингу	4	2	8
<b>Тема 9. Місце маркетолога в розвитку економіки</b> Портрет маркетолога. Значення маркетингу для розвитку ринкових відносин. Роль спеціалістів-маркетологів у розвитку економіки Кіровоградської області та країни. Перспективи та основні шляхи впровадження засад маркетингу, роль спеціалістів-маркетологів у цьому процесі.	4	2	8
<b>Разом</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>72</b>

### 5. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль.

Рейтинг студента із засвоєння дисципліни визначається за 100 бальною шкалою, у тому числі: перший рубіжний контроль – 50 балів, другий рубіжний контроль – 50 балів. Семестровий залік полягає в оцінці рівня засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу на лекційних, практичних, семінарських заняттях та виконання індивідуальних завдань за стобальною та дворівневою («зараховано», «не зараховано») та шкалою ЄКТС результатів навчання.

### Критерії оцінки заліку:

- «зараховано» - студент має стійкі знання про основні поняття дисципліни, може сформулювати взаємозв'язки між поняттями.

-«незараховано» - студент має значні пропуски в знаннях, не може сформулювати взаємозв'язку між поняттями, що вивчаються в курсі, не має уявлення про більшість основних понять дисципліни, що вивчається.

**При виставленні оцінки враховуються результати навчальної роботи студента протягом семестру.**

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи, практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 6. Рекомендована література

#### Основна

1. Товканець Г.В. Університетська освіта : навч.-метод. посіб. / Г.В. Товканець. – К. : Кондор, 2018. – 182 с.
2. Пустовіт М.В. Університетська освіта : навч.-метод. посіб. з дисц. / М.В. Пустовіт. – Кіровоград: КНТУ, 2013. – 87 с.
3. Зайченко І.В. Теорія і методика професійного навчання: навч. Посібник. – 2- е вид., доповн. і переробл. /І.В. Зайченко. – К.: Видавництво Ліра-К, 2016. – 518 с.
4. Гамалій В.Ф. Маркетинг. Теорія і практика : навч. посіб. / В.Ф. Гамалій, Г.М. Давидов, Л.А. Коваль, С.А. Романчук. – Кропивницький : ПП «ЕксклюзивСистем», 2017. – 235 с.
5. Ларіна Я.С. Маркетинг : навч. посіб. / Я.С. Ларіна, С.І. Чеботар, Т.В. Арестенко, В.В. Арестенко. – Суми : ТД «Папірус», 2014. – 263 с.

#### Допоміжна

6. Андрєєва Т.Є. Маркетинг : навч. посіб. для ВНЗ / Т.Є. Андрєєва, О.Є. Сичова, А.Б. Гур'янов. – Х. : Бурун Книга, 2013. – 108 с.
7. Ніколаєв І.В. Впровадження технологій дистанційної освіти у навчальний процес КНТУ / І.В. Ніколаєв // Облік і контроль в управлінні підприємницькою діяльністю : IV Міжнар. наук.-практ. конф., 19-20 травня 2016 р., Кіровоград : зб. матер. – Кіровоград : «Ексклюзив-Систем», 2016. – С. 187–190.
8. Ніколаєв І.В. Застосування інтерактивних елементів дистанційного навчання в самостійній роботі студентів / І.В. Ніколаєв, Л.О. Чаговець // Механізми, стратегії, моделі та технології управління економічними системами за умов інтеграційних процесів: теорія, методологія, практика : III Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 жовтня 2016 р.,

- Хмельницький – Кам'янець-Подільський : зб. матер. – Кам'янець-Подільський : ПП Мошак М.І., 2016. – С. 167–168.
9. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп.; укладачі: В.М. Захарченко, С.А. Калашнікова, В.І. Луговий, А.В. Ставицький, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / за ред. В.Г. Кременя. – К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. – 100 с.
  10. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційноаналітичний огляд / уклад.: Т. Добко, І. Золотарьова, С. Калашнікова, В. Ковтунець, С. Курбатов та ін.; за заг. ред. С. Калашнікової та В. Лугового. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с.
  11. Маркетинг: бакалаврський курс : підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2009. – 1134 с.
  12. Павленко А.Ф. Маркетинг : підруч. / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2003. – 246 с.
  13. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг». – К. : МОНУ, 2018. – 14 с.: веб-сайт. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>
  14. Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань: 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг». – К. : МОНУ, 2019. – 12 с.: веб-сайт. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>
  15. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 38-39, ст. 380. : веб-сайт. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
  16. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII (зі змінами та допов. станом на 28.09.2017 р.). Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37-38, ст. 2004. : веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
  17. Наказ Міністерства освіти України від 02 червня 1993 року № 161 «Про затвердження Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах», зареєстрований у Міністерстві юстиції України 23 листопада 1993 року за № 173. : веб-сайт. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0173-93>
  18. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 р. № 1341: веб-сайт. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
  19. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010. – [Чинний від 2010-07-28]: веб-сайт. URL: [https://hrliga.com/docs/327\\_KP.htm](https://hrliga.com/docs/327_KP.htm)
  20. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 29.04.2015 року № 266. : веб-сайт. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>

### Інформаційні ресурси

1. Міністерство освіти і науки України : веб-сайт. URL: <http://www.mon.gov.ua>
2. Освітній портал. : веб-сайт. URL: <http://www.osvita.org.ua>
3. Європейська кредитна трансферно-накопичувана система – Довідник користувача (переклад українською мовою): веб-сайт. URL: <http://erasmusplus.org.ua/erasmus/ka3-pidtrymka-reform/natsionalna-komanda-ekspertivhere/materiali-here.html>
4. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : веб-сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення 25.08.2025).
5. Центральноукраїнський національний технічний університет : веб-сайт. URL: <https://www.kntu.kr.ua> (дата звернення 25.08.2025).
6. Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики [Електронний ресурс] : Web-сайт. Режим доступу : <http://kibermarket.kntu.kr.ua>

7. Репозитарій Центральноукраїнського національного технічного університету : веб-сайт. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua> (дата звернення 25.08.2025).
8. Дистанційна освіта ЦНТУ : веб-сайт. URL: <https://moodle.kntu.kr.ua> (дата звернення 25.08.2025).
9. Дистанційна платформа навчання «Прометеус» : веб-сайт. URL: <https://prometheus.org.ua>
10. Сайт психологічних тестувань та допомоги : веб-сайт. URL: <https://www.idrlabs.com/>

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри маркетингу та економічної теорії, Протокол №1 від «29» серпня 2025 р.