




МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної  
кібернетики

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<b>Назва курсу</b>	<b>Університетська та фахова освіта</b>
<b>Викладач</b> 	<u>Бойко Світлана Володимирівна</u> викладач кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики
<b>Контактний тел.</b>	+38(050) 5137832
<b>E-mail:</b>	<a href="mailto:boikosv@kntu.kr.ua">boikosv@kntu.kr.ua</a>
<b>Обсяг та ознаки дисципліни</b>	Нормативна дисципліна, рубіжних контролів – 2. Форма контролю: залік. Загальна кількість кредитів – 4, годин – 120, у т.ч. лекції – 28 годин, практичні заняття – 14 годин, самостійна робота – 78 годин. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2022.
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до Графіку, розміщеному в інформаційному ресурсі <a href="http://moodle.kntu.kr.ua">moodle.kntu.kr.ua</a> ; у режимі відеоконференцій Zoom, через електронну пошту, Viber, Messenger, Telegram за домовленістю.
<b>Пререквізити</b>	Враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна не потребує особливих навичок та знань та викладається в першому навчальному семестрі.

**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:** 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.**

Після вивчення дисципліни студент повинен:

**Знати:**

- основи університетської освіти;
- історію та особливості Болонського процесу;
- сутність Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи підготовки фахівців;
- призначення та функції підрозділів ЦНТУ;
- поняття академічної доброчесності;
- законодавчу базу маркетингової діяльності;
- функції та сфери діяльності маркетолога.

**Уміти:**

- орієнтуватись в особливостях навчання в університеті;
- демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності;
- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;
- демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- 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;
- демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

## **Зміст дисципліни за темами:**

### **Тема 1. Університетська освіта в контексті Болонського процесу**

1. Реформування вищої освіти в Україні.
2. Мета та основні завдання програми дій щодо реалізації положень Болонської декларації.
3. Основні заходи передбачені програмою дій щодо реалізації положень Болонської декларації.
4. Очікувані результати виконання заходів.

### **Тема 2. Фундаменталізація та індивідуалізація підготовки у фахівців з вищою освітою**

1. Розширення доступу до вищої освіти.
2. Індивідуалізація підготовки фахівців.
3. Основні завдання, принципи та етапи формування Європейського простору вищої освіти.

### **Тема 3. Організація навчального процесу в університеті**

1. Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система підготовки фахівців (ЄКТС): основні терміни та поняття.
2. Мета та завдання ЄКТС.
3. Загальні положення ЄКТС.
4. Принципи ЄКТС.
5. Державний стандарт освіти.
6. Освітньо-кваліфікаційна характеристика.
7. Навчальний план.
8. Робоча навчальна програма дисципліни.
9. Індивідуальний навчальний план студента та контроль за ним.
10. Форми організації навчання: лекція, лабораторне заняття, практичне заняття, семінарське заняття, індивідуальне заняття, консультація, індивідуальні завдання, самостійна робота, практична підготовка.
11. Організаційно-методичне забезпечення.
12. Контроль успішності студента.
13. Особливості переведення, відрахування, поновлення студентів та переривання їхнього навчання.
14. Стипендіальне забезпечення студентів.

### **Тема 4. Бібліотека університету. Академічна доброчесність.**

1. Бібліотека ЦНТУ. Структура, фонди, каталоги.
2. Особливості літературних джерел.
3. Репозитарій ЦНТУ та електронний каталог.
4. Академічна доброчесність.
5. Інтелектуальна власність.

### **Тема 5. Соціально-культурна інфраструктура університету**

1. Гуртожитки університету.
2. Студентський клуб.
3. Спорт в університеті.

**Тема 6. Студентське самоврядування як невід’ємна складова демократизації вищої школи**

1. Профспілковий комітет студентів.
2. Студентська Рада.
3. Цілі, завдання та напрямки діяльності студентського самоврядування.

**Тема 7. Фахова підготовка маркетолога**

1. Сутність маркетингу.
2. Історія розвитку маркетингу
3. Види маркетингової діяльності.
4. Концепції сучасного маркетингу.

**Тема 8. Правові аспекти діяльності маркетолога**

1. Ключове законодавство, що регулює маркетингову активність.
2. Етика маркетингової діяльності.
3. Професійні асоціації в сфері маркетингу

**Тема 9. Місце маркетолога в розвитку економіки**

1. Портрет маркетолога.
2. Значення маркетингу для розвитку ринкових відносин.
3. Роль спеціалістів-маркетологів у розвитку економіки Кіровоградської області та країни.
4. Перспективи та основні шляхи впровадження засад маркетингу, роль спеціалістів-маркетологів у цьому процесі.