

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

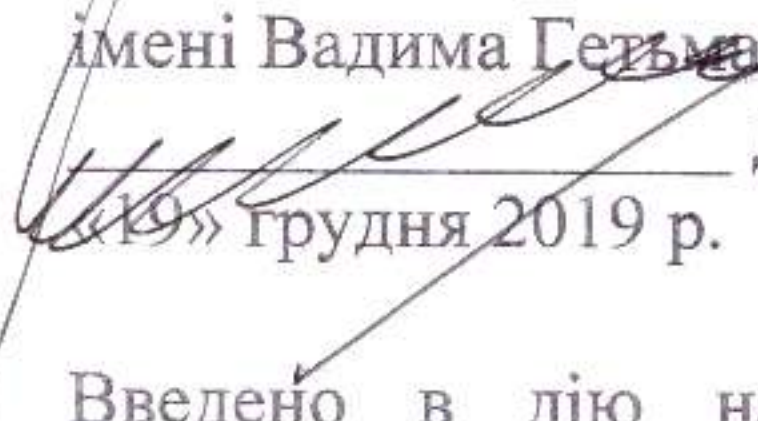
ПОЛОЖЕННЯ
ПРО ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГУ
ДЕРЖАВНОГО ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

(нова редакція)

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Вченою радою Державного вищого
навчального закладу «Київський
національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана» 19.12.2019 р.
(протокол № 5 від 19.12.2019)

Голова Вченої ради Державного вищого
навчального закладу «Київський
національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

 Д. Г. Лук'яненко
«19» грудня 2019 р.

Введено в дію наказом № 931 від
19.12.2019 р.

Положення про Факультет маркетингу Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» розроблене відповідно до:

Закону України «Про освіту» від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII, Закону України «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 р. № 1556-VII, Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26 листопада 2015 р. № 848-VIII, Статуту Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Колективного договору на 2019 – 2023 роки, затверджено на Конференції трудового колективу Державного вищого навчального закладу Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» 21 червня 2019 року, Положення про організацію освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», затвердженого Вченою радою Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» від 30 травня 2019 р. (протокол №10) та введеного в дію наказом ректора від 07.06.2019 № 490, Типового положення про факультет, затвердженого Вченою радою Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (нова редакція) 28.11.2019 (протокол від 28.11.2019 № 4) та введеного в дію наказом від 28.11.2019 № 875.

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Факультет маркетингу – це структурний підрозділ Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (далі – Університет), що об'єднує кафедри та/або лабораторії, які провадять освітню, методичну та/або наукову діяльність за певною спеціальністю (спеціалізацією) чи міжгалузєвою групою спеціальностей.

1.2. Факультет маркетингу є основним навчально-науковим структурним підрозділом Університету, який підпорядкований безпосередньо Ректору.

1.3. Діяльність факультету маркетингу спрямована на якісну підготовку й проведення освітнього процесу з метою забезпечення здобуття вищої, післядипломної освіти і задоволення інших освітніх потреб здобувачів вищої освіти з урахуванням сучасних досягнень науки і практики зі спеціальностей (спеціалізацій).

1.4. Факультет маркетингу створюється, реорганізовується та ліквідується рішенням Вченої ради Університету відповідно до наказу Ректора Університету.

Факультет маркетингу створюється якщо він об'єднує не менше як три кафедри та/або лабораторії, які у сукупності забезпечують підготовку не менше 200 здобувачів вищої освіти денної форми навчання.

1.5. Факультет маркетингу на рівні структурної одиниці Університету реалізує функцію організації та управління підготовкою здобувачів вищої освіти за бакалаврським та магістерським рівнями вищої освіти, а також за освітньо-науковим рівнем доктора філософії та науковим рівнем доктора наук.

1.6. Факультет маркетингу забезпечує підготовку фахівців за інституційною (очна (денна), заочна, дистанційна, мережева), індивідуальною (екстернатна) та дуальною формами здобуття вищої освіти.

1.7. Факультет маркетингу провадить діяльність в умовах централізації функцій управління та обслуговування.

1.8. Об'єктами управління факультету маркетингу є процеси:

1) організації навчальної, навчально-методичної, вихованої та науково дослідної роботи кафедр, безпосередньо підпорядкованих факультету маркетингу;

2) координації діяльності інших кафедр, які забезпечують виконання навчального плану з спеціальностей (спеціалізацій) освітніх ступенів бакалавр та магістр;

3) налагодження та розвитку міжнародного співробітництва;

4) сприяння створенню необхідних соціально-побутових умов для здобувачів вищої освіти.

1.9. Факультет маркетингу керується у своїй діяльності Конституцією України, Законами України «Про освіту» від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII, «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 р. № 1556-VII, «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26 листопада 2015 р. № 848 – VIII, іншими нормативно-правовими актами, а також наказами і розпорядженнями Ректора, рішеннями Вченої ради та науково-методичної ради Університету і Вченої ради Факультет маркетингу, Статутом Університету, Колективним договором на 2019 – 2023 роки, затвердженим на Конференції трудового колективу Державного вищого навчального закладу Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» 21 червня 2019 року, Правилами внутрішнього розпорядку Університету, а також цим Положенням.

1.10. Керівництво факультетом маркетингу здійснює декан, який має науковий ступінь та/або вчене (почесне) звання відповідно до профілю Факультет маркетингу

1.11. Декан факультету маркетингу призначається Ректором Університету на строк до 5 (п'яти) років за згодою більшості від повного складу органу громадського самоврядування факультету маркетингу Університету.

1.12. Згоду на призначення декана факультету маркетингу орган громадського самоврядування дає із застосуванням процедури прямого голосування на зборах органу громадського самоврядування (відкритого чи таємного, за вибором зборів, про що приймається окреме рішення на зборах органу громадського самоврядування).

1.13. Декан факультет маркетингу виконує свої повноваження на постійній основі за контрактом, укладеним з Університетом.

1.14. Декан факультет маркетингу може бути звільнений з посади Ректором Університету за поданням Вченої ради Університету або органу громадського самоврядування факультету маркетингу з підстав, визначених законодавством про працю, Статутом Університету, умовами контракту, посадовою інструкцією декана.

Пропозиція про звільнення декана факультету маркетингу вноситься до органу громадського самоврядування факультету маркетингу не менш як половиною голосів статутного складу Вченої ради факультету маркетингу Університету. Пропозиція про звільнення декана факультету маркетингу приймається не менш як двома третинами голосів статутного складу органу громадського самоврядування факультету маркетингу.

1.15. Декан може делегувати частину своїх повноважень заступникам. За поданням декана та за погодженням з органом студентського самоврядування факультету маркетингу функції заступників декана можуть покладатися на осіб з числа науково-педагогічних працівників факультету маркетингу згідно встановленого порядку на підставі наказу Ректора Університету.

1.16. У разі відсутності декана його функції виконує заступник, що призначається наказом Ректора Університету.

1.17. Органом громадського самоврядування факультету маркетингу є збори (конференція) трудового колективу, які скликаються не рідше одного разу на рік. На зборах повинні бути представлені всі категорії працівників Факультету маркетингу та виборні представники з числа осіб, які навчаються на Факультет маркетингу. При цьому не менш, як 75 відсотків складу делегатів (членів) зборів становлять наукові та науково-педагогічні працівники Факультету маркетингу і не менш, як 15 відсотків - виборні представники з числа студентів, які обираються студентами шляхом прямих таємних виборів.

1.18. Порядок скликання органу громадського самоврядування Факультету маркетингу та його діяльності визначаються Статутом Університету.

1.19. Орган громадського самоврядування Факультет маркетингу:

- 1) оцінює діяльність декана Факультет маркетингу;
- 2) затверджує річний звіт про діяльність Факультет маркетингу;
- 3) дає згоду на призначення декана Факультету маркетингу у порядку, визначеному п.1.12 цього Положення;
- 4) у порядку, визначеному п.1.14, цього Положення, подає Ректору Університету пропозиції щодо відкликання з посади декана Факультету маркетингу з підстав, передбачених нормативно-правовими актами України, Статутом Університету, укладеним з ним контрактом;
- 5) факультету маркетингу;
- 6) обирає делегатів до вищого колегіального органу громадського самоврядування Університету;
- 7) вирішує інші питання відповідно до нормативно-правових актів України.

1.20. Колегіальним органом управління факультету маркетингу є його Вчена рада, яку очолює голова. Голова Вченої ради обирається таємним голосуванням з числа членів Вченої ради факультет маркетингу, які мають науковий ступінь та/або вчене (почесне) звання, на строк діяльності Вченої ради.

Склад Вченої ради Факультету маркетингу та організація її роботи визначаються окремим положенням та регламентом.

1.21. При Вченій раді Факультету маркетингу можуть за потреби формуватися комісії: навчально-методична, із науково-дослідної роботи тощо.

1.22. На факультеті маркетингу функціонує орган студентського самоврядування, порядок утворення, структура, компетенція та функціонування якого визначаються Законами України «Про освіту» від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII, «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 р. № 1556-VII та Положенням про студентське самоврядування Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

1.23. Студентське самоврядування діє на рівні факультету маркетингу, курсу та групи.

1.24. Декан Факультету маркетингу сприяє створенню належних умов для діяльності органів студентського самоврядування (надання приміщення, меблів, оргтехніки, забезпечення телефонним зв'язком, доступом до Інтернету, відведення місця для встановлення інформаційних стендів тощо).

1.25. Факультет маркетингу має круглу печатку зі своїм найменуванням та емблему, які затверджуються згідно встановленого порядку.

1.26. Діяльність Факультету маркетингу здійснюється на основі річного плану роботи, затвердженого Ректором Університету.

1.27. Діяльність Факультету маркетингу за навчальний рік оцінюється відповідно до чинних нормативно-правових актів.

1.28. За Факультетом маркетингу закріплюються приміщення, обладнання та майно згідно з інвентаризаційною відомістю, яка складається щорічно.

2. ОСНОВНА МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ

2.1. Основною метою діяльності Факультету маркетингу є задоволення потреб в якійсій вищій освіті, формування гармонійно розвиненої особистості, поповнення кадрового потенціалу державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій всіх форм власності та провадження наукової діяльності, забезпечення творчої діяльності учасників освітнього процесу, підготовки наукових кадрів вищої кваліфікації і використання отриманих результатів в освітньому процесі, а також виховання професіоналів, які спроможні успішно працювати в конкурентному середовищі в Україні та за її межами.

2.2. Факультет маркетингу відповідно до мети реалізує такі основні завдання:

1) організація, координація і контроль навчальної, навчально-методичної роботи із студентами;

2) удосконалення науково-методичного забезпечення освітнього процесу і контроль за роботою підпорядкованих Факультету маркетингу кафедр;

3) організація наукових досліджень, контроль за ними та підготовка науково-педагогічних кадрів на підпорядкованих Факультету маркетингу кафедрах;

4) координація культурно-масової й виховної роботи, дозвілля та побуту студентів, стипендіального забезпечення студентів відповідно до чинних нормативно-правових актів;

5) організація і розвиток міжнародного співробітництва та партнерства.

3. ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ

3.1. Факультет маркетингу складається з таких структурних підрозділів:

- 1) кафедра маркетингу ім. А.Ф. Павленко;
- 2) кафедра комерційної діяльності і логістики;
- 3) кафедра регіоналістики і туризму;
- 4) кафедра вищої математики;
- 5) кафедра іноземних мов факультету маркетингу;
- 6) інститут маркетингу;
- 7) інші структурні підрозділи, які беруть участь у підготовці фахівців та проведенні наукових досліджень;
- 8) фахівців із організації освітнього процесу (деканат).

3.2. Штатні одиниці Факультету маркетингу та його підрозділів декан визначає згідно з нормативами і погоджує з фінансово-економічним відділом Університету. Рішення щодо введення штатних одиниць приймає Ректор Університету.

Штатні одиниці Факультету маркетингу щорічно переглядають та затверджують згідно з чинними нормативно-правовими актами.

3.3. Рішення про внесення змін до структури Факультету маркетингу, які пов'язані зі створенням або ліквідацією кафедр та інших підрозділів Факультету маркетингу, зміною профілю підготовки фахівців, ухвалюється Вченою радою Університету і затверджується наказом Ректора.

3.4. Організація діяльності Факультету маркетингу та управління ним здійснюються на підставі основної документації, яка зазначена у *Додатку 1*.

4. ПРАВА ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ

4.1. Права Факультету маркетингу реалізуються через права його декана, заступників декана.

4.2. Факультет маркетингу має право:

- 1) визначати зміст освітньої діяльності з урахуванням стандартів освітньої діяльності та стандартів вищої освіти;
- 2) запроваджувати форми та засоби організації освітнього процесу; організовувати наукові, науково-практичні та навчально-методичні конференції, семінари, конкурси, олімпіади тощо;
- 3) організовувати в межах фінансування за рахунок коштів державного бюджету та за рахунок інших джерел, не заборонених нормативно-правовими актами України, наукові колективи Факультету маркетингу для виконання науково-дослідних робіт;
- 4) вносити пропозиції Ректору, Вченій раді Університету, Науково-методичній раді Університету щодо вдосконалення навчальних планів і програм, навчально-виховного і науково-дослідних процесів;
- 5) здійснювати контроль за всіма видами навчальних занять, екзаменів, заліків, які проводять зі студентами Факультет маркетингу;
- 6) затверджувати в окремих випадках індивідуальні строки складання екзаменів і заліків для студентів;

- 7) надавати дозвіл студентам за наявності поважних причин перескладання академічної заборгованості в період екзаменаційної сесії;
- 8) створювати і затверджувати екзаменаційні комісії та графіки з перескладання семестрових екзаменів за навчальними планами;
- 9) здійснювати в установленому порядку перезарахування дисциплін при переведенні студентів з інших вищих навчальних закладів на основі академічної довідки;
- 10) вимагати від студентів, науково-педагогічних працівників і співробітників виконання нормативно-правових актів України, а також дотримання Колективного договору, Правил внутрішнього розпорядку, посадових інструкцій, трудового договору (контракту), цього Положення;
- 11) вносити пропозиції щодо матеріального заохочення наукових, науково-педагогічних та інших штатних працівників Факультет маркетингу, стипендій здобувачам вищої освіти;
- 12) вносити пропозиції Ректору щодо ліцензування освітньої діяльності за новими спеціальностями (спеціалізаціями) та акредитації освітніх програм, планування прийому осіб на навчання за ліцензованими спеціальностями;
- 13) брати участь у формуванні контингенту першого (бакалаврського), другого (магістерського), третього (освітньо-наукового) та наукового рівнів за державним замовленням, а також за кошти юридичних і фізичних осіб;
- 14) подавати Ректору пропозиції щодо штатного розпису та розподілу посад науково-педагогічних та інших працівників Факультет маркетингу;
- 15) здійснювати господарську діяльність відповідно до Статуту та нормативно-правових актів України;
- 16) сприяти розвитку матеріально-технічної бази Факультет маркетингу;
- 17) вносити пропозиції Ректору та Вченій раді Університету щодо сприяння реалізації програми інноваційного розвитку Університету, Факультет маркетингу, модернізації навчально-лабораторного та наукового обладнання, оснащення кафедр, аудиторій, лабораторій сучасними технічними засобами навчання та комп'ютерною технікою;
- 18) за дорученням Ректора представляти інтереси Університету в міжнародних організаціях, державних та недержавних органах, підприємствах та установах, громадських організаціях у межах наданих повноважень.

5. ОBOB'ЯЗКИ ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ

5.1. Обов'язки Факультету маркетингу реалізуються через обов'язки його декана, заступників декана.

5.2. Факультет маркетингу зобов'язаний:

- 1) дотримуватися вимог чинних нормативно-правових актів України, Статуту Університету, Колективного договору, Правил внутрішнього розпорядку, Етичного кодексу Університету, наказів та розпоряджень Ректора, розпоряджень проректорів за напрямками діяльності, рішень Вченої ради та науково-методичної ради Університету та цього Положення;

- 2) проводити роботу з дотримання вимог Антикорупційної програми Університету та роз'яснювати необхідність її дотримання підлеглим працівникам та здобувачам вищої освіти;
- 3) зберігати і раціонально використовувати державне майно, фінансові та матеріальні ресурси Університету;
- 4) створювати належні умови провадження освітньої, наукової, інноваційної та виховної діяльності;
- 5) організовувати та проводити освітній процес за інституційною (очна (денна), заочна, дистанційна, мережева), індивідуальною (екстернатна) та дуальною формами навчання, за видами навчальних занять з дисциплін кафедр відповідно до затверджених навчальних планів і графіків освітнього процесу щодо підготовки фахівців за освітніми ступенями бакалавра та магістра, а також за освітньо-науковим рівнем доктора філософії та науковим рівнем доктора наук.
- 6) забезпечувати якість освітнього процесу відповідно до стандартів вищої освіти та нормативно-правових актів з організації освітнього процесу;
- 7) брати участь у складанні розкладів навчальних занять, заліків та екзаменів, здійснювати контроль за дотриманням порядку їх проведення;
- 8) затверджувати індивідуальні навчальні плани та графіки навчальної роботи студентів;
- 9) організовувати проведення та загальне керівництво виробничою, навчальною і переддипломною практиками;
- 10) здійснювати контроль за виконанням навчальних планів і програм підготовки бакалаврів та магістрів;
- 11) організовувати облік успішності та відвідування навчальних занять студентами;
- 12) здійснювати моніторинг ведення електронних журналів, аналіз результатів успішності та вживати заходи для підвищення якості навчання і зміцнення навчальної дисципліни студентів;
- 13) забезпечувати проведення заліків, екзаменів, ректорського контролю знань студентів;
- 14) удосконалювати систему оцінювання якості освітнього процесу;
- 15) організовувати та контролювати облік і звітність з питань успішності та якості навчання студентів;
- 16) вносити пропозиції Ректору Університету про переведення студентів на наступний курс, відрахування або поновлення, про надання академічних відпусток;
- 17) вносити пропозиції Ректору Університету щодо допуску студентів до складання кваліфікаційних екзаменів і до захисту дипломних (випускних) робіт;
- 18) вносити пропозиції Ректору Університету щодо складу екзаменаційних комісій за відповідними спеціальностями (спеціалізаціями);
- 19) організовувати проведення державної атестації випускників, забезпечувати умови для ефективної роботи екзаменаційних комісій;
- 20) організовувати вивчення регіонального ринку праці за спеціальностями Факультету маркетингу та розробляти пропозиції щодо оптимізації ступеневих освітніх програм;

21) брати участь в організації та проведенні вступної кампанії за освітньо-кваліфікаційними рівнями;

22) впроваджувати та вдосконалювати системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості);

23) організовувати опрацювання та вдосконалення переліку компетентностей для підготовки бакалаврів та магістрів за спеціальностями Факультет маркетингу;

24) організовувати опрацювання на підставі переліку компетентностей структурно-логічних схем викладання навчальних дисциплін, навчальних і робочих навчальних планів зі спеціальностей (спеціалізацій) різних освітньо-кваліфікаційних рівнів;

25) організовувати опрацювання та впровадження освітніх програм відповідно до стандартів вищої освіти за ліцензованими спеціальностями з урахуванням спеціалізацій;

26) організовувати опрацювання, узгодження та затвердження робочих навчальних планів з дисциплін, закріплених за кафедрами Факультет маркетингу;

27) організовувати опрацювання навчальних і робочих програм навчальних дисциплін, закріплених за кафедрами та програм практик;

28) організовувати опрацювання кафедрами Факультету маркетингу перспективних і поточних планів за спеціальностями (спеціалізаціями) підготовки бакалаврів, магістрів, докторів філософії, докторів наук;

29) удосконалювати зміст навчання із врахуванням сучасних досягнень науки, техніки, потреб ринку праці;

30) забезпечувати впровадження прогресивних методів, новітніх методик, сучасних інформаційних та інноваційних технологій навчання;

31) здійснювати координацію навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітнього процесу, освітніх програм обов'язковою та додатковою навчальною і навчально-методичною літературою;

32) здійснювати загальне керівництво підготовкою монографій, підручників, навчальних посібників, інших навчально-методичних матеріалів з дисциплін кафедр, підпорядкованих Факультет маркетингу;

33) здійснювати контроль видання підручників, навчальних посібників, методичних розробок, рекомендацій, а також іншої навчальної літератури, засобів навчання та навчального обладнання;

34) організовувати підготовку наукових кадрів вищої кваліфікації (докторів філософії, докторів наук), здійснювати контроль за строками захисту наукових робіт;

35) розглядати пропозиції кафедр щодо кандидатів для вступу до аспірантури та докторантури;

36) створювати умови для проведення науково-дослідних робіт за профілями кафедр на основі бюджетного, грантового та іншого, незабороненого законом фінансування;

37) організовувати маркетингові заходи з просування на ринки та комерціалізації результатів виконання науково-дослідних робіт;

38) упроваджувати результати науково-дослідних робіт у практичну діяльність та в освітній процес;

- 39) сприяти розвитку науково-педагогічних шкіл;
- 40) створювати умови для залучення студентів до наукової роботи;
- 41) здійснювати керівництво студентами, які беруть участь у виконанні науково-дослідних робіт, студентських наукових гуртках, наукових конференціях, семінарах;
- 42) обговорювати та організовувати участь студентів у Всеукраїнських конкурсах студентських науково-дослідних робіт;
- 43) розробляти та вносити у встановленому порядку пропозиції щодо оптимізації структури Факультету маркетингу та його структурних підрозділів;
- 44) координувати роботу кафедр щодо підготовки фахівців вищої кваліфікації за спеціальностями, докторів філософії і докторів наук для України та іноземних країн відповідно до затверджених в установленому порядку планом набору, міждержавних договорів та індивідуальних контрактів;
- 45) організовувати роботу стипендіальної підкомісії Факультету маркетингу;
- 46) готувати пропозиції щодо матеріального стимулювання успішного навчання і зразкової поведінки студентів та їх соціального забезпечення;
- 47) здійснювати контроль за стажуванням та підвищенням кваліфікації науково-педагогічних працівників кафедр Факультету маркетингу;
- 48) проводити організаційну та індивідуальну роботу з науково-педагогічними працівниками, іншими штатними працівниками, студентами, аспірантами, докторантами Факультету маркетингу, спрямовану на їх активну участь у освітньому процесі, сприяти розвитку професійної культури, дотриманню етичних норм, Правил внутрішнього розпорядку, забезпеченню атмосфери вимогливості, доброзичливості та взаємної поваги у стосунках між працівниками Факультету маркетингу і студентами;
- 49) розвивати співпрацю з вищими навчальними закладами, державними органами, органами місцевого самоврядування, галузевими організаціями, підприємствами, науково-дослідними інститутами, іншими підприємствами та організаціями незалежно від форм власності;
- 50) організовувати заходи щодо профорієнтації та залучення осіб на навчання за спеціальностями (спеціалізаціями), за якими Факультет маркетингу готує фахівців;
- 51) організовувати заходи щодо залучення осіб на післядипломну підготовку та підвищення кваліфікації;
- 52) сприяти працевлаштуванню випускників через Центр зв'язків з роботодавцями та сприяння працевлаштуванню студентів «Перспектива»;
- 53) організовувати роботу кафедр щодо забезпечення творчих зв'язків з випускниками Факультету маркетингу;
- 54) здійснювати підготовку проектів договорів на проведення практики;
- 55) організовувати підготовку ліцензійних та акредитаційних справ за напрямками підготовки та спеціальностями (спеціалізаціями) Факультету маркетингу;

- 56) здійснювати розробку і супровід веб-сайту Факультету маркетингу;
- 57) висвітлювати результати діяльності Факультету маркетингу на інформаційних стендах і в засобах масової інформації;
- 58) забезпечувати участь співробітників кафедр у роботі спеціалізованих вчених рад із захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук та/або доктора філософії, експертних рад, комісій, робочих груп Міністерства освіти і науки України, органів забезпечення якості освіти;
- 59) визначати разом з органами самоврядування Факультету маркетингу рейтинг кафедр та їх науково-педагогічних працівників;
- 60) організовувати проведення Всеукраїнських студентських олімпіад;
- 61) здійснювати комплекс заходів, спрямованих на виховання високорозвиненої особистості в дусі патріотизму, поваги до Конституції України та верховенства Права;
- 62) розробляти та затверджувати у встановленому порядку плани виховної роботи та вдосконалювати навчально-виховний процес на Факультеті маркетингу;
- 63) організовувати разом із громадськими організаціями та органом студентського самоврядування виховну роботу серед студентів і навчально-допоміжного персоналу;
- 64) готувати на підставі рішення постійнодіючої комісії з питань проживання учасників освітнього процесу в гуртожитках студентського містечка, необхідні документи щодо поселення студентів у гуртожиток;
- 65) призначати за поданням кафедр кураторів академічних груп, організовувати їх роботу та контроль за їх діяльністю;
- 66) у взаємодії з органом студентського самоврядування розробляти та проводити заходи щодо запровадження в студентському середовищі здорового способу життя;
- 67) у взаємодії з Центром культури та мистецтв проводити заходи щодо підвищення духовного та культурно-освітнього рівня студентської молоді, сприяти розвитку художньої самодіяльності на Факультет маркетингу;
- 68) аналізувати випадки правопорушень, порушень дисципліни та громадського порядку, аморальної поведінки та здійснювати їх профілактику в межах чинних нормативно-правових актів;
- 69) організовувати участь студентів Факультету маркетингу в загальноуніверситетських культурно-масових та спортивних заходах;
- 70) уникати та не допускати виникнення конфлікту інтересів.

6. МІЖНАРОДНА ДІЯЛЬНІСТЬ ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ

6.1. Міжнародна діяльність Факультету маркетингу здійснюється відповідно до вимог нормативно-правових актів України та Університету.

6.2. Факультет маркетингу за дорученням ректора Університету або відповідного проректора встановлює та підтримує навчально-методичні, наукові та інші зв'язки з навчальними закладами, організаціями та установами зарубіжних країн, міжнародними організаціями та фондами, проводить відповідно до укладених Університетом угод та договорів науково-дослідні, консультативні, рекламно-інформаційні та інші заходи.

6.3. Повноваження Факультету маркетингу по здійсненню міжнародної діяльності:

- 1) здійснення міжнародного співробітництва та партнерства у межах наданих повноважень з навчальними закладами, організаціями та установами зарубіжних країн, міжнародними організаціями та фондами на підставі угод, укладених Університетом;
- 2) опрацювання та реалізація комплексу заходів щодо інтеграції в міжнародний освітньо-науковий простір;
- 3) вивчення міжнародного досвіду підготовки фахівців за профілем кафедр Факультету маркетингу та використання його в освітньому процесі;
- 4) презентація діяльності та досягнень на міжнародному рівні, зокрема за допомогою веб-сайту Факультету маркетингу в мережі «Інтернет»;
- 5) організація обміну студентами та науково-педагогічними працівниками зі спорідненими інститутами, факультетами маркетингу, кафедрами вищих навчальних закладів-партнерів згідно договорів співробітництва;
- 6) участь у виконанні міжнародних освітніх проектів, програм;
- 7) організація зв'язків та підтримка бази даних іноземних випускників кафедр Факультету маркетингу (за їх наявності);
- 8) участь у міжнародній інтеграції у сфері підготовки кадрів шляхом реалізації програми «Подвійний диплом»;
- 9) організація та участь у міжнародних конференціях, семінарах, конкурсах, виставках;
- 10) організація сприяння та здійснення контролю за розвитком міжнародного співробітництва кафедр Факультету маркетингу.

7. ФІНАНСУВАННЯ ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ

7.1. Фінансове забезпечення діяльності Факультету маркетингу здійснюється Університетом.

7.2. Джерелами фінансування Факультету маркетингу є:

- 1) кошти загального фонду Державного бюджету;
- 2) кошти спеціального фонду державного бюджету, отримані від надання платних послуг, що дозволені нормативно-правовими актами;
- 3) інші надходження, не заборонені нормативно-правовими актами (гранди, благодійні внески тощо).

8. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ

8.1. Відповідальність Факультету маркетингу реалізується через відповідальність його працівників: декана, заступників декана, інспекторів, диспетчерів. Відповідальність кожного працівника є індивідуальною, залежно від покладених на нього посадових обов'язків і визначена його посадовою інструкцією та Правилами внутрішнього розпорядку.

8.2. Декан Факультету маркетингу несе персональну відповідальність за:

- 1) роботу Факультету маркетингу в цілому;
- 2) стан навчальної, виховної і науково-дослідної роботи в колективі Факультету маркетингу;

- 3) стан трудової дисципліни;
- 4) комплектування і підготовку керівних і науково-педагогічних кадрів;
- 5) якість підготовки випускників Факультету маркетингу та сприяння їх працевлаштуванню;
- 6) виконання своїх обов'язків і використання наданих прав;
- 7) порядок на закріплених за Факультетом маркетингу територіях, аудиторіях та навчальних кабінетах.

9. ВЗАЄМОВІДНОСИНИ ФАКУЛЬТЕТУ МАРКЕТИНГУ З ІНШИМИ ПІДРОЗДІЛАМИ УНІВЕРСИТЕТУ

9.1. Реалізуючи свої мету, завдання, права, обов'язки, міжнародну діяльність Факультет маркетингу взаємодіє:

- 1) з підпорядкованими Факультету маркетингу кафедрами – з питань організації всіх напрямів освітньо-наукової діяльності та контролю за ними;
- 2) з кафедрами інших навчально-наукових інститутів і факультетів – з питань забезпечення освітнього процесу їх викладачами на факультеті;
- 3) з іншими навчально-науковими інститутами, факультетами – з питань вивчення та обміну досвідом, здійснення наукових досліджень, спільних наукових, виховних та інших комунікативних заходів;
- 4) з відділами, які входять до Центру інформаційно-обчислювальних систем та технологій, що забезпечують автоматизацію управління Університетом – з питань автоматизації документообігу освітнього процесу, його інформаційно-аналітичної підтримки та звітності, моніторингу електронних журналів успішності студентів, оновлення інформаційних сайтів Факультету та Університету;
- 5) з навчальним відділом, з Центром менеджменту та моніторингу якості освіти, відділом внутрішнього аудиту, господарським відділом, науковою бібліотекою ім. М.В. Довнар-Запольського Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» та з іншими структурними підрозділами у зв'язку з виконанням покладених на Факультет маркетингу функцій;
- 6) з відділом аспірантури і докторантури - з питань підготовки докторів філософії та докторів наук.

9.2. У взаємовідносинах із вказаними підрозділами деканат Факультету одержує та надає інформацію, передбачену відповідними нормативно – правовими актами Університету.

10. ПОРЯДОК ЗАТВЕРДЖЕННЯ ТА ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО ПОЛОЖЕННЯ ПРО ФАКУЛЬТЕТ МАРКЕТИНГУ

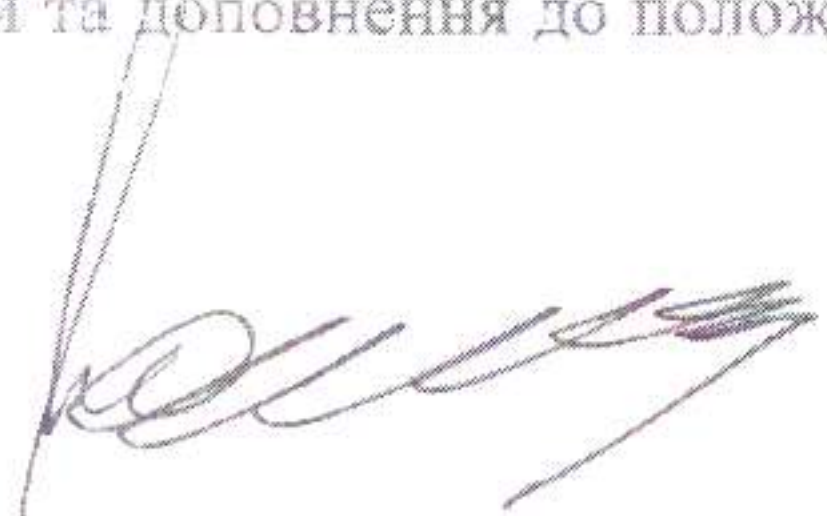
10.1. Реорганізація та ліквідація Факультету маркетингу Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» здійснюється в установленому законодавством порядку, на підставі рішення Вченої ради Університету, яке вводиться в дію наказом ректора Університету.

10.2. Положення про факультет маркетингу Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені

Вадима Гетьмана» розглядається та затверджується Вченою радою Університету. Положення вводиться у дію наказом ректора Університету.

10.3. Зміни та доповнення до Положення розглядаються і затверджуються Вченою радою Університету. Зміни та доповнення до положення вводяться у дію наказом ректора Університету.

Ректор



Д.Г. Лук'яненко

ПОГОДЖЕНО:

Декан факультету маркетингу



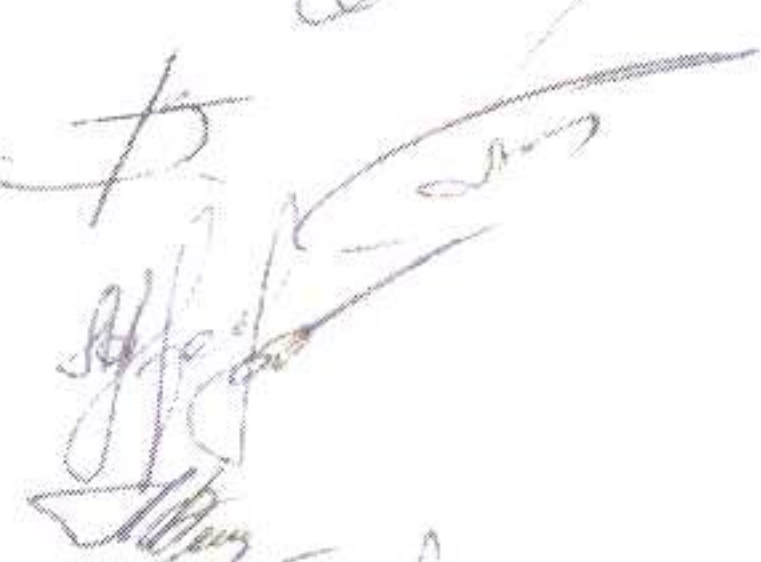
О.К. Шафалюк

Помічник ректора- начальник відділу кадрів



Б.І. Чиж

Начальник фінансово-економічного відділу



Л.Г. Кузьменко

Головний бухгалтер



Л.П. Горелікова

Начальник юридичного відділу



Т.В. Овсяннікова

ПЕРЕЛІК основної документації щодо організації та управління діяльністю Факультету маркетингу

1. Положення про Факультет маркетингу.
2. Посадові інструкції (функціональні обов'язки) науково-педагогічних працівників Факультету маркетингу, навчально-допоміжного персоналу Факультету маркетингу, затверджені Ректором Університету.
3. Закон України «Про освіту» від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII.
4. Закон України «Про вищу освіту» від 1 липня 2014 р. № 1556-VII.
5. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» від 26 листопада 2015 р. № 848-VIII.
6. «Кодекс законів про працю України» від 10 грудня 1971 р., затверджений Законом України № 322-VIII.
7. Стандарти вищої освіти України.
8. Освітні програми (освітньо-професійні, освітньо-наукові).
9. Система забезпечення якості вищої освіти.
10. Копія ліцензій на освітню діяльність.
11. Копія свідоцтв про акредитацію.
12. Нормативно-правові акти (накази, рішення, розпорядження Міністерства освіти і науки України).
13. Вхідні документи (рішення Вченої ради Університету, ректорату, накази, розпорядження по Університету тощо, що стосуються діяльності Факультету маркетингу).
14. Протоколи зборів (конференції) трудового колективу Факультету маркетингу.
15. План роботи Вченої ради Факультету маркетингу на навчальний рік.
16. Протоколи засідань Вченої ради Факультету маркетингу.
17. Освітньо-кваліфікаційні характеристики.
18. Структурно-логічні схеми підготовки фахівців.
19. Навчальні плани спеціальностей Факультету маркетингу (для денної, заочної, дистанційної форм навчання).
20. Робочі навчальні плани спеціальностей (спеціалізацій) Факультету маркетингу (для денної, заочної, дистанційної форм навчання).
21. Робочі навчальні програми з дисциплін відповідних спеціальностей (спеціалізацій).
22. Графік освітнього процесу на навчальний рік.
23. Розклад навчальних занять.
24. Розклад екзаменів.
25. Плани основних заходів Факультету маркетингу на навчальний рік (з додатками):
 - 1) план методичної роботи;
 - 2) план наукової роботи;
 - 3) план роботи науково-методичної ради Факультету маркетингу;

4) план контролю освітнього процесу керівним складом Факультету маркетингу;

5) план профорієнтаційної роботи;

6) план виховної роботи, у т.ч. плани роботи керівників (кураторів) академічних груп;

7) перспективний та річний (на навчальний рік) плани підвищення кваліфікації керівного складу та науково-педагогічних працівників Факультету маркетингу;

8) перспективний та річний плани розвитку і вдосконалення науково-навчальної лабораторної бази Факультету маркетингу.

26. Матеріали науково-дослідної роботи (плани, звіти науково-дослідної роботи та плани і звіти про організацію студентської науково-дослідної роботи і роботи з обдарованою студентською молоддю).

27. Матеріали тематичних, наукових (науково-методичних) конференцій.

28. Протоколи засідань науково-методичної ради Факультету маркетингу.

29. Зведені дані про результати екзаменаційних сесій (складання екзаменів).

30. Заліково-екзаменаційні відомості.

31. Навчальні картки студентів.

32. Списки студентів академічних груп.

33. Звіти і протоколи Державних екзаменаційних комісій.

34. Звіт про роботу Факультету маркетингу за навчальний рік.

35. Заявки на виготовлення документів про освіту.

36. Журнали:

1) обліку результатів заліків і екзаменів академічних груп;

2) реєстрації заліково-екзаменаційних листів;

3) обліку та видачі індивідуальних навчальних планів студентів (залікових книжок);

4) обліку та видачі студентських квитків;

5) реєстрації виклику на сесію студентів-заочників;

6) руху контингенту студентів;

7) журнали видавання дипломів;

8) рейтингового контролю успішності студентів;

9) реєстрації заяв студентів;

10) академічних та інших довідок.

37. Розпорядження декана Факультету маркетингу.

38. Копії наказів і розпоряджень Ректора Університету.

39. Копії наказів про студентський склад, призначення стипендій та премій студентам, склад екзаменаційних комісій, закріплення тем випускних робіт тощо.

40. Внутрішні вихідні документи (службові, пояснювальні та доповідні записки, клопотання, довідки тощо).

41. Затверджена номенклатура справ Факультету маркетингу.

42. Акти про знищення семестрових та кваліфікаційних письмових екзаменаційних робіт студентів Факультету маркетингу.

43. Опис документів, які деканат передає на зберігання до архіву.