

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

підготовки здобувачів вищої освіти
на другому (магістерському) рівні

«МАРКЕТИНГ»

за спеціальністю	075 «Маркетинг»
галузі знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація	магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету
економіки і технологій
25 лютого 2021 р.
(протокол № 6)

Голова Вченої ради
Державного університету
економіки і технологій

А. ШАЙКАН

25 лютого 2021 р.



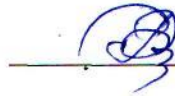
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 «Управління та адміністрування»
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	другий (магістерський) рівень вищої освіти
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 «Маркетинг»
КВАЛІФІКАЦІЯ	магістр маркетингу

РЕКОМЕНДОВАНО

Кафедрою маркетингу Державного університету економіки і технологій
Протокол № 3 від 8 грудня 2020 р.

В.о. завідувача кафедри



М.В. Зав'ялова

СХВАЛЕНО

Вченою радою Навчально-наукового економічного інституту Державного університету економіки і технологій
Протокол № 5 від 17.02.2021 р.

Голова Вченої ради



Р.Р. Дутчак

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою Державного університету економіки і технологій
Протокол № 4 від 24.02.2021р.

Голова науково-методичної ради



С.В. Гушко

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету економіки і технологій
Протокол № 6 від 25.02.2021 р.

Голова Вченої ради



А.В. Шайкан

НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ в.о. ректора Державного університету економіки і технологій

№ 30 від 25.02.2021 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні у галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги, розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти» № 960 від 10.07.2019 р.

Освітньо-професійна програма розроблена проєктною групою Навчально-наукового економічного інституту Державного університету економіки і технологій у складі:

1. Зав'ялова Марина Володимирівна, к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри маркетингу.

2. Гушко Сергій Володимирович, д.е.н., професор, в.о. проректора з науково-педагогічної, навчальної роботи та міжнародної діяльності.

3. Скринько Наталя Василівна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу.

Рецензії-відгуки стейхолдерів:

1. Бабанін В. В., директор ТОВ «Завод промислових мастил».

2. Кулаков І. В., директор ТОВ «Комплект-сервіс КР».

3. Ніколаєв О. В., директор ТОВ «АВ – ТЕЛ».

4. Панчозна М. Ю., менеджер ТОВ «СІЛКІ ВЕЙ».

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін у освітньо-професійну програму регулюється Положенням про освітні програми Державного університету економіки і технологій введеного в дію наказом ректора Університету від 26.11.2020 р. № 178.

Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні спеціальності 075 Маркетинг не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Державного університету економіки і технологій.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 - Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет економіки і технологій Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти і назва мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: Магістр Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплома та обсяг програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці (денна форма навчання), 1 рік 6 місяців (заочна форма навчання)
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України Сертифікат про акредитацію серія НД№ 0485897 з галузі знань (спеціальності) 07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг. Термін дії сертифіката до 1 липня 2024 року.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність в осіб диплома бакалавра чи спеціаліста з маркетингу, або диплома бакалавра, спеціаліста чи магістра за іншою спеціальністю (напрямом підготовки). Умови вступу визначають Правила прийому до Державного університету економіки і технологій
Мови викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	До завершення повного циклу навчання
Інтернет адреса розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.duet.edu.ua/ua
2 - Мета освітньо-професійної програми	
Сформувати у майбутніх фахівців систему комплексних знань з теоретичних засад, методичних аспектів та практичних навичок у сфері маркетингу, як провідної складової системи управління сучасними підприємствами, установами і бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища та з урахуванням крос-функціонального характеру маркетингових стратегій і програм.	
3 - Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: 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. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як

	<p>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.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньо-професійної програми	<p>Освітньо-професійна. Структура освітньо-професійної програми передбачає оволодіння поглибленими знаннями щодо: застосування норм бізнес-права та соціальної відповідальності; знання стратегічного маркетингу, маркетингового та логістичного менеджменту; встановлення і підтримання взаємодії з внутрішніми і зовнішніми споживачами з використанням інструментарію внутрішнього маркетингу і маркетингу відносин; володіння навичками побудови і просування бренду і його рекламною підтримкою; застосування знань з управління вантажними перевезеннями та складуванням.</p>
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	<p>Освітньо-професійна програма є загальною в галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг</p> <p>Ключові слова: маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг, рекламний менеджмент, логістичний менеджмент, цифровий маркетинг.</p>
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма є практично-орієнтованою та реалізується у тісному співробітництві з авторитетними українськими та зарубіжними науковими інституціями, консалтинговими й аналітичними центрами, інвестиційними компаніями, провідними бізнесовими структурами, які здійснюють маркетингову і логістичну діяльність, фахівці яких залучаються до навчального процесу.</p> <p>Освітньо-професійна програма є базисом підготовки студентів з навчання за програмою подвійний диплом.</p>
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Освітня кваліфікація: магістр маркетингу</p> <p>Випускники програми можуть займати посади:</p> <p>1210.1 Голова правління</p> <p>1233 Директор з маркетингу або Директор комерційний начальник відділу збуту (маркетингу)ю начальник комерційного відділу;</p> <p>1234. Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю);</p> <p>1255. Директор з матеріально-технічного постачання, начальник відділу з матеріально-технічного постачання;</p>

	1475. Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.4 Менеджер (управитель) з логістики; 2419. Професіонал у сфері маркетингу та іншими, які визначені Національним Класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003: 2010»
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 - Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, яке носить практично- та інноваційно-орієнтований характер. Навчання у об'єктно-орієнтованому середовищі (Moodle). Проблемні лекції, вирішення ситуаційних вправ, розв'язання проблемних завдань, самостійна робота на основі запропонованих інформаційних джерел, підготовка та захист курсових робіт, консультації з викладачами, практика, тренінги, підготовка кваліфікаційної роботи магістра.
Оцінювання	Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється згідно Положення Державного університету економіки і технологій «Положення про порядок оцінювання результатів освітньої діяльності здобувачів вищої освіти» за 100-бальною системою з переведенням у систему оцінок за 4-бальною шкалою, а також забезпечення ранжування досягнень за шкалою ЄКТС-рейтинг (ECTS-Grade): види контролю: поточний, підсумковий; форми контролю: усне та письмове опитування, захист індивідуальних (командних) та розрахункових робіт, тестові та індивідуальні завдання, есе, кейси, заліки, екзамени, захист звіту з переддипломної практики, захист кваліфікаційної роботи магістра тощо.
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні задачі та проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність.) ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	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

	<p>інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземними мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПР7. Вміти формувати в вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й</p>

	<p>оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення навчання за даною освітньо-професійною програмою передбачає, що 100% навчальних дисциплін викладатимуть особи із науковим ступенем кандидата / доктора наук, наукові праці яких відповідають дисциплінам, що викладаються.
Матеріально-технічне забезпечення	Особливостями матеріально-технічного забезпечення освітньо-професійної програми є наявність у навчального закладу необхідних об'єктів навчального та соціально-побутового призначення у відповідності до ліцензійних вимог.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне забезпечення освітнього процесу передбачає можливість студентів використовувати модуль активного навчання у об'єктно-орієнтованому середовищі (Moodle) та наявність відповідних ліцензованих, публічних комп'ютерних програм для проведення практичних та творчих занять. Навчально-методичне забезпечення передбачає наявність навчально-методичних комплексів з усіх дисциплін навчального плану, методичних рекомендацій для виконання курсових, кваліфікаційних робіт та усіх видів практик.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Може здійснюватися на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	Може здійснюватися у рамках програми ЄС Ерасмус+ на основі двосторонніх договорів між Державним університетом економіки і технологій та закладами вищої освіти країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти не проводиться.

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові (проекти) роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. Обов'язкові компоненти			
ОК.1	Глобальна економіка	5	екзамен
ОК.2	Соціальна відповідальність	4	екзамен
ОК.3	Методологія наукових досліджень	3	залік
ОК.4	Управлінські інформаційні системи	8	екзамен
ОК.5	Іноземна мова професійного спрямування	3	залік
ОК.6	Бізнес-право	4	залік
Разом		27	
Практична підготовка			
ОК.7	Міжпредметний тренінг	3	залік
ОК.8	Практика	15	звіт
ОК.9	Підготовка та захист кваліфікаційної магістерської роботи	12	захист
Разом		30	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		57	
2. Вибіркові компоненти			
Пакет «Маркетинговий менеджмент»			
ВК.1	Маркетинговий менеджмент	7	екзамен
ВК.2	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ВК.3	Бренд-менеджмент	5	залік
ВК.4	Рекламний менеджмент	5	екзамен
ВК.5	Маркетинг відносин	5	залік
ВК.6	Внутрішній маркетинг	5	залік
Пакет «Логістичний менеджмент»			
ВК.7	Логістичний менеджмент	7	екзамен
ВК.8	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ВК.9	Управління вантажними перевезеннями	5	залік
ВК.10	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
ВК.11	Маркетинг відносин	5	залік
ВК.12	Управління складуванням	5	залік
Загальний обсяг вибірових компонент		33	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Обсяг освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні становить, за умови наявності освітнього ступеня «бакалавр», – 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці (денна форма навчання), 1 рік 6 місяців (заочна форма навчання). Освітньо-професійна програма включає:

Освітньо-професійна програма включає:

- обов'язкову компоненту підготовки, загальним обсягом 27 кредитів ЄКТС, яка включає дисципліни загальної підготовки (обсягом 12 кредитів ЄКТС) та дисципліни

професійної підготовки (обсягом 15 кредитів ЄКТС);

- вибірково компоненту програми, загальним обсягом 33 кредити ЄКТС, яка складається з дисциплін професійного спрямування та представлена двома пакетами на вибір студента: «Маркетинговий менеджмент» та «Логістичний менеджмент»;

- практичну підготовку, загальним обсягом 30 кредитів ЄКТС, що включає:
- між предметний тренінг обсягом 3 кредити ЄКТС;
- переддипломну практику обсягом 15 кредитів ЄКТС;
- підготовку та захист кваліфікаційної роботи магістра обсягом 12 кредитів ЄКТС.

Освітньо-професійна програма побудована із врахуванням основних елементів підготовки фахівця з маркетингу, а саме – аналітично-діагностичної, консультативної та управлінської складових. Зазначені елементи присутні, як в дисциплінах загальної, так і професійної підготовки, вибудовані за принципом логічного взаємозв'язку між дисциплінами.

Аналітично-діагностична підготовка фахівця з маркетингу передбачає послідовне вивчення підходів, методів та умов, що дозволяють дослідити та проаналізувати ступінь впливу факторів середовища на ефективність маркетингової діяльності підприємства, а також визначення чинників, що впливають на побудову довірливих партнерських відносин з контрагентами підприємства. Консультативна підготовка передбачає послідовне вивчення дисциплін, опанування яких дозволить фахівцям з маркетингу здійснювати консультативну взаємодію з керівниками, управлінцями та споживачами з широкого кола питань у сфері маркетингової діяльності. Що полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку та використанні науково-технічних та організаційно-економічних рішень з урахуванням предметної області та проблем клієнта. Управлінська складова підготовки фахівця орієнтована на формування у нього системи знань для здійснення цілеспрямованого впливу на об'єкти задля досягнення кінцевої мети – підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Державний університет економіки і технологій на підставі освітньо-професійної програми за спеціальністю 075 Маркетинг розробляє навчальний план, який визначає:

1. Перелік та обсяг навчальних дисциплін у кредитах ЄКТС;
2. Послідовність вивчення дисциплін;
3. Форми проведення навчальних занять та їх обсяг;
4. Графік навчального процесу;
5. Форми поточного та підсумкового контролю.

Навчальний план затверджується головою Вченої ради Державним університетом економіки і технологій. Для конкретизації планування навчального процесу на кожний навчальний рік складається робочий навчальний план, що затверджується керівником закладу вищої освіти.

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми представлена на рис. 1.

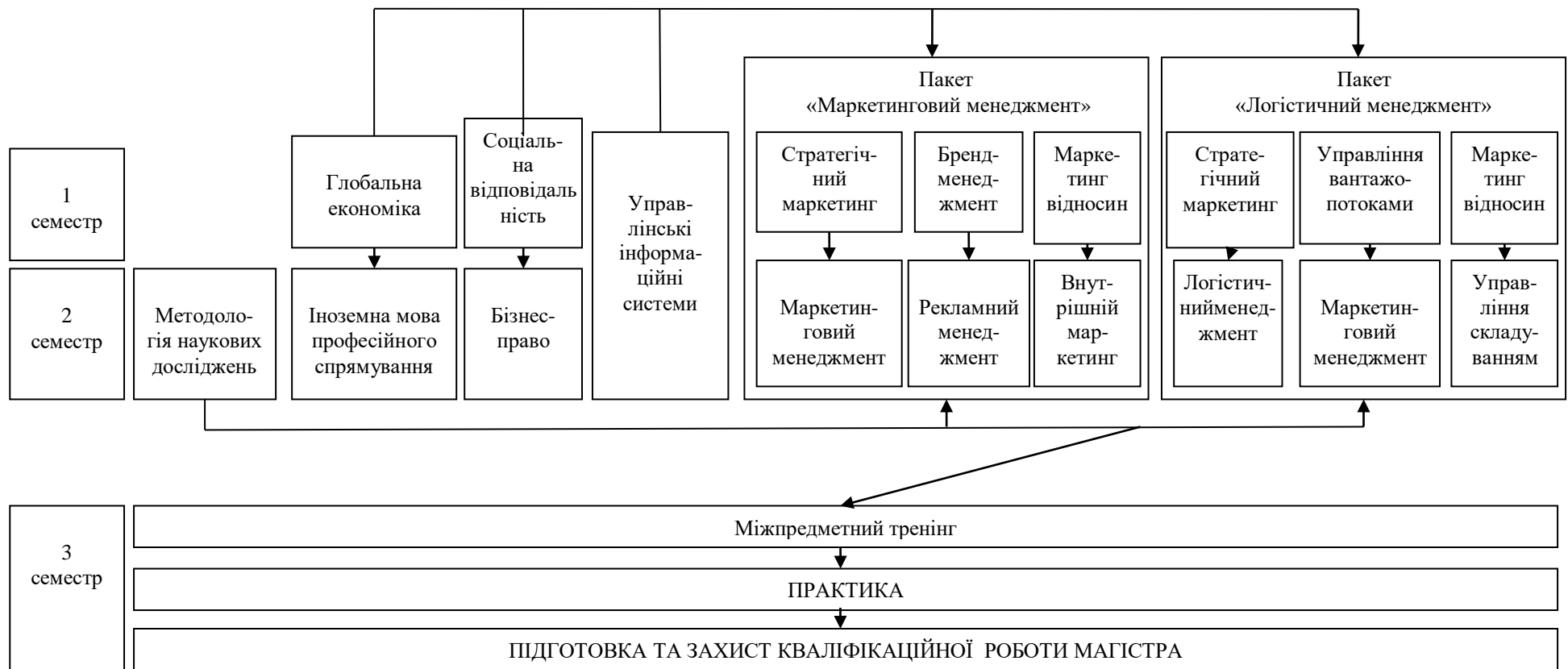


Рис. 1. Структурно-логічна схема основних компонентів освітньо-професійної програми

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників ОПП «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра.

Атестація здійснюється Екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Процедура публічного захисту (демонстрації) передбачає оприлюднення результатів дослідження в рамках кваліфікаційної роботи магістра на засіданні Екзаменаційної комісії з атестації здобувачів вищої освіти. Обов'язковою є наявність демонстраційного матеріалу із застосуванням мультимедійних засобів та друкованого роздаткового матеріалу.

Кваліфікаційна магістерська робота передбачає розв'язання складного завдання у сфері маркетингу, передбачає проведення маркетингового дослідження розробки і обґрунтування заходів покращення маркетингу підприємства, або маркетингову програму розвитку підприємства в цілому.

Кваліфікаційна робота магістра має на меті проведення студентом науково-дослідницької роботи, здійснення самостійного пошукового теоретичного і експериментального дослідження, систематизацію, закріплення та розширення засвоєних знань. Робота виконується з використанням емпіричних даних та обов'язково містить результати з елементами наукової або прикладної новизни. В кваліфікаційній роботі магістра обов'язковими завданнями виступають: проведення теоретичного дослідження з предметного поля обраної для дослідження проблеми, дослідження тенденцій розвитку галузевого ринку, дослідження динаміки основних техніко-економічних показників діяльності підприємства, дослідження стану проблеми, що є предметом дослідження, розробка заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності та обґрунтування їх економічної ефективності.

Кваліфікаційна робота магістра має бути перевірена на плагіат.

Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи магістра регламентується внутрішніми документами та «Методичними вказівками до виконання кваліфікаційної роботи магістра для студентів спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форм навчання».

Атестація завершується видачою документа державного зразка про присудження освітнього ступеня магістр з присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу.

**4.Матриця відповідності програмних компетентностей (ЗК та СК)
відповідним компонентам освітньо-професійної програми**

**4.1.Матриця відповідності програмних компетентностей (ЗК та СК)
обов'язковим компонентам (ОК) освітньо-професійної програми**

Компетентності	ОК.1	ОК.2	ОК.3	ОК.4	ОК.5	ОК.6	ОК.7	ОК.8	ОК.9
ЗК1	+				+	+	+	+	+
ЗК2	+		+			+	+	+	+
ЗК3	+	+		+			+		+
ЗК4	+	+	+			+	+	+	+
ЗК5				+		+	+	+	+
ЗК6				+			+	+	+
ЗК7	+						+	+	+
ЗК8	+		+				+	+	+
ЗК9	+			+			+		
ЗК10		+	+			+		+	+
ЗК11	+			+			+	+	+
СК1	+						+	+	+
СК2	+						+	+	+
СК3	+						+	+	+
СК4	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК5	+		+	+		+	+	+	+
СК6	+		+	+			+	+	+
СК7	+						+	+	+
СК8	+		+	+			+	+	+

**4.2.Матриця відповідності програмних компетентностей (ЗК та СК)
варіативним компонентам (ВК) освітньо-професійної програми**

Компетентності	Пакет «Маркетинговий менеджмент»						Пакет «Логістичний менеджмент»					
	ВК.1	ВК.2	ВК.3	ВК.4	ВК.5	ВК.6	ВК.7	ВК.8	ВК.9	ВК.10	ВК.11	ВК.12
ЗК1												
ЗК2	+			+	+	+	+		+		+	+
ЗК3		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК4	+		+	+		+	+		+		+	
ЗК5		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
ЗК6			+	+		+		+	+	+	+	
ЗК7	+	+	+		+	+	+		+			+
ЗК8			+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ЗК9	+		+		+	+					+	
ЗК10	+	+		+	+		+	+	+	+	+	
ЗК11		+	+		+		+	+			+	+
СК1	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+
СК2		+		+	+			+		+	+	+
СК3	+	+		+	+			+			+	
СК4		+		+	+		+	+	+	+		
СК5		+	+		+		+		+	+	+	+
СК6		+		+	+		+	+	+		+	
СК7	+			+			+				+	
СК8	+	+				+			+			+

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР)
відповідними компонентами освітньо-професійної програми**

**5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР)
обов'язковими компонентами (ОК) освітньо-професійної програми**

Результати навчання	ОК.1	ОК.2	ОК.3	ОК.4	ОК.5	ОК.6	ОК.7	ОК.8	ОК.9
ПР1			+				+	+	+
ПР2			+				+	+	+
ПР3			+	+			+	+	+
ПР4	+						+	+	+
ПР5	+						+	+	+
ПР6			+				+	+	+
ПР7			+				+	+	+
ПР8	+	+	+		+	+	+	+	+
ПР9	+	+	+				+	+	+
ПР10	+		+				+	+	+
ПР11	+		+				+	+	+
ПР12	+			+			+	+	+
ПР13	+			+			+	+	+
ПР14	+						+	+	+
ПР15			+				+	+	+

**5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР)
вибірковими компонентами (ВК) освітньо-професійної програми**


	Пакет «Маркетинговий менеджмент»						Пакет «Логістичний менеджмент»					
	ВК.1	ВК.2	ВК.3	ВК.4	ВК.5	ВК.6	ВК.7	ВК.8	ВК.9	ВК.10	ВК.11	ВК.12
ПР1	+	+			+	+		+		+	+	
ПР2	+	+			+	+		+		+	+	
ПР3	+	+			+	+		+		+	+	
ПР4	+	+		+	+	+		+		+	+	
ПР5	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР6	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР7	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПР8	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР9	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР10	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	
ПР11	+	+			+	+		+		+	+	
ПР12	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР13	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР14	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР15	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Керівник проєктної групи
(гарант освітньої програми)

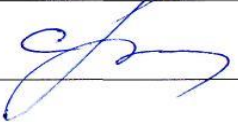


Марина Зав'ялова, к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедрою маркетингу

Члени проєктної групи



Сергій Гушко, д.е.н., професор, в.о. проректора з науково-педагогічної,
навчальної роботи та міжнародної діяльності



Наталя Скринько, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу