

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
підготовки здобувачів вищої освіти
на другому (магістерському) рівні вищої освіти

«МАРКЕТИНГ»

за спеціальністю
галузі знань
кваліфікація

075 Маркетинг
07 Управління та адміністрування
магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету
економіки і технологій

29 червня 2023 р. (протокол № 15)

Голова Вченої ради Державного університету
економіки і технологій

_____ Андрій ШАЙКАН

29.06 2023 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ
РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ
КВАЛІФІКАЦІЯ

07 Управління та адміністрування
другий (магістерський) рівень вищої освіти
075 Маркетинг
магістр маркетингу

РЕКОМЕНДОВАНО

Кафедрою управління бізнесом Державного університету економіки і технологій
Протокол № 14 від 05 червня 2023 р.

В.о. завідувача кафедри



Тетяна ПЕТРІШИНА

СХВАЛЕНО

Вченою радою Навчально-наукового інституту управління та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій
Протокол № 11 від 15 червня 2023 р.

Голова Вченої ради

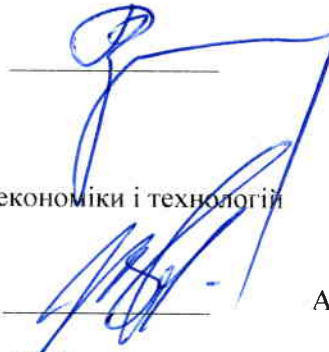


Катерина СЛЮСАРЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Науково-методичною радою Державного університету економіки і технологій
Протокол №15 від 27 червня 2023 р.

Голова науково-методичної ради



Валентин ОРЛОВ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Державного університету економіки і технологій
Протокол №15 від 29 червня 2023 р.

Голова Вченої ради



Андрій ШАЙКАН

НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ в.о. ректора Державного університету економіки і технологій

№101 від 29 червня 2023 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні у галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг, розроблена на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти №960 від 19.07.2019 р.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні у галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 075 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма для бакалавра розроблена проєктною групою у складі:

1. Ганна Іванівна Андрущенко, доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри управління бізнесом, керівник проєктної групи.
2. Тетяна Олександрівна Петрішина, кандидат економічних наук, доцент, в.о. завідувача кафедри управління бізнесом.
3. Марина Володимирівна Зав'ялова, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління бізнесом.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейхолдерів:

1. Роман Баришенський – керівник рекламного агентства ФОП Баришенський Р.В., digital-маркетолог міжнародної IT-компанії Webnauts Academy.
2. Нікіта Лавренєв – спеціаліст з маркетингу спільноти глобальної компанії Torpal.
3. Іван Кулаков - директор ТОВ «Авто Крок КР».

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 в.о. 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 Навчально-науковий інститут управління та бізнес – освіти Кафедра управління бізнесом
Рівень вищої освіти і назва мовою оригіналу	Рівень вищої освіти: Магістр Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплома та обсяг програми	Тип диплома: диплом магістра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми: 90 кредитів ЄКТС. Мінімум 31,5 кредити ЄКТС (35% обсягу) освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України Сертифікат про акредитацію серія УД № 04009948 з галузі знань 07 Управління та адміністрування зі спеціальності 075 Маркетинг. Термін дії сертифіката до 1 липня 2026 року.
Цикл/рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти, НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF- LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність у 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
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	До 01 липня 2026 року або 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, умінь 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)	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

	<p>задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: 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.</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 іноземної мови, застосування норм бізнес-права та соціальної відповідальності; знання стратегічного маркетингу, маркетингового 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 проектами.</p>
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	<p>Програма спрямована на підготовку маркетологів сучасного рівня, гнучких та адаптивних, готових до змін та ризику, ініціативних, здатних розробляти і впроваджувати новітні технології маркетингу на основі формування практично орієнтованих компетентностей його реалізації.</p> <p>Ключові слова: маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг, рекламний менеджмент, бренд-менеджмент, соціальна відповідальність</p>
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма поєднує в собі сучасні курси фахового, комунікативного, інформаційно-технологічного спрямування з урахуванням новітніх трендів у сфері маркетингу. Здобувачі можуть обирати дисципліни відповідно до своїх професійних інтересів, починаючи з 1 курсу магістратури.</p>
4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускники програми можуть займати посади згідно Класифікатора професій ДК 003:2010:</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю</p> <p>1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами</p> <p>2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів</p>

	<p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність)</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>2419.2 Економіст зі збуту</p> <p>та іншими, які визначені Національним Класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003: 2010»</p>
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, організаційне навчання в Moodle, проблемно-орієнтоване навчання, творчі підходи до навчання, креативність освіти, самонавчання, індивідуальна робота з викладачами, участь у наукових дослідженнях.
Оцінювання	Тестування знань, оцінювання усних відповідей, презентацій на практичних заняттях, виконання та захист самостійних індивідуальних робіт; курсових робіт, модульних контрольних робіт, складання екзаменів, захист звіту з практики, захист кваліфікаційної роботи магістра тощо.
« - 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)	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність.)</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування .</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та 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</p>

	<p>увправління 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> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>СК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.</p>
7. Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання (ПР)</p>	<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 та 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 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; мають необхідний стаж педагогічної роботи. До процесу викладання залучатимуться практики, які мають досвід маркетингової діяльності. Згідно Закону України «Про вищу освіту» з метою підвищення фахового рівня науково-педагогічні працівники проходять стажування не рідше, ніж один раз на п'ять років, беруть участь у професійних тренінгах.
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 здобувачів 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 переддипломної практики.
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 освітньої програми (навчальні компоненти, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1. Обов'язкові компоненти ОП			
OK1	Соціальна відповідальність	3	Залік
OK2	Глобальна економіка	3	Залік
OK3	Методологія та організація наукових досліджень	3	Залік
OK4	Іноземна мова професійного спрямування	3	Залік
OK5	Управлінські інформаційні системи	3	Залік
OK6	Маркетинговий менеджмент	7	Іспит, курсова робота
OK7	Бренд-менеджмент	5	Залік
OK8	Стратегічний маркетинг	6	Іспит
OK9	Рекламний менеджмент	5	Іспит
OK10	Маркетинг відносин	6	Іспит
Практична підготовка			
OK11	Практика переддипломна	12	Залік
Атестація			
OK12	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи магістра	10	Захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		66	
2. Вибіркові компоненти ОП			
Здобувач обирає по одній освітній компоненті з Базы вибіркових компонентів, затверджених Вченою радою Університету, у I, II та III семестрах			
BK1	За вибором здобувача	4	Іспит
BK2	За вибором здобувача	4	Іспит
BK3	За вибором здобувача	4	Залік
BK4	За вибором здобувача	4	Залік
BK5	За вибором здобувача	4	Залік
BK6	За вибором здобувача	4	Залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

Освітньо-професійна програма побудована із врахуванням основних елементів підготовки магістра 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 магістра 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 магістру 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 системи знань для здійснення цілеспрямованого впливу на об'єкти задля досягнення кінцевої мети - підвищення ефективності маркетингової діяльності.

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні вищої освіти представлена на рис. 1.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

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 на засіданні Екзаменаційної комісії. Обов'язковою є наявність демонстраційного матеріалу із застосуванням мультимедійних засобів та друкованого роздаткового матеріалу.

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

Кваліфікаційна робота магістра має на меті проведення здобувачем 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 має бути перевірена на плагіат.

Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи регламентується внутрішніми документами закладу вищої освіти. Атестація завершується видачею документа державного зразка про присудження освітнього ступеня магістр з присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу.

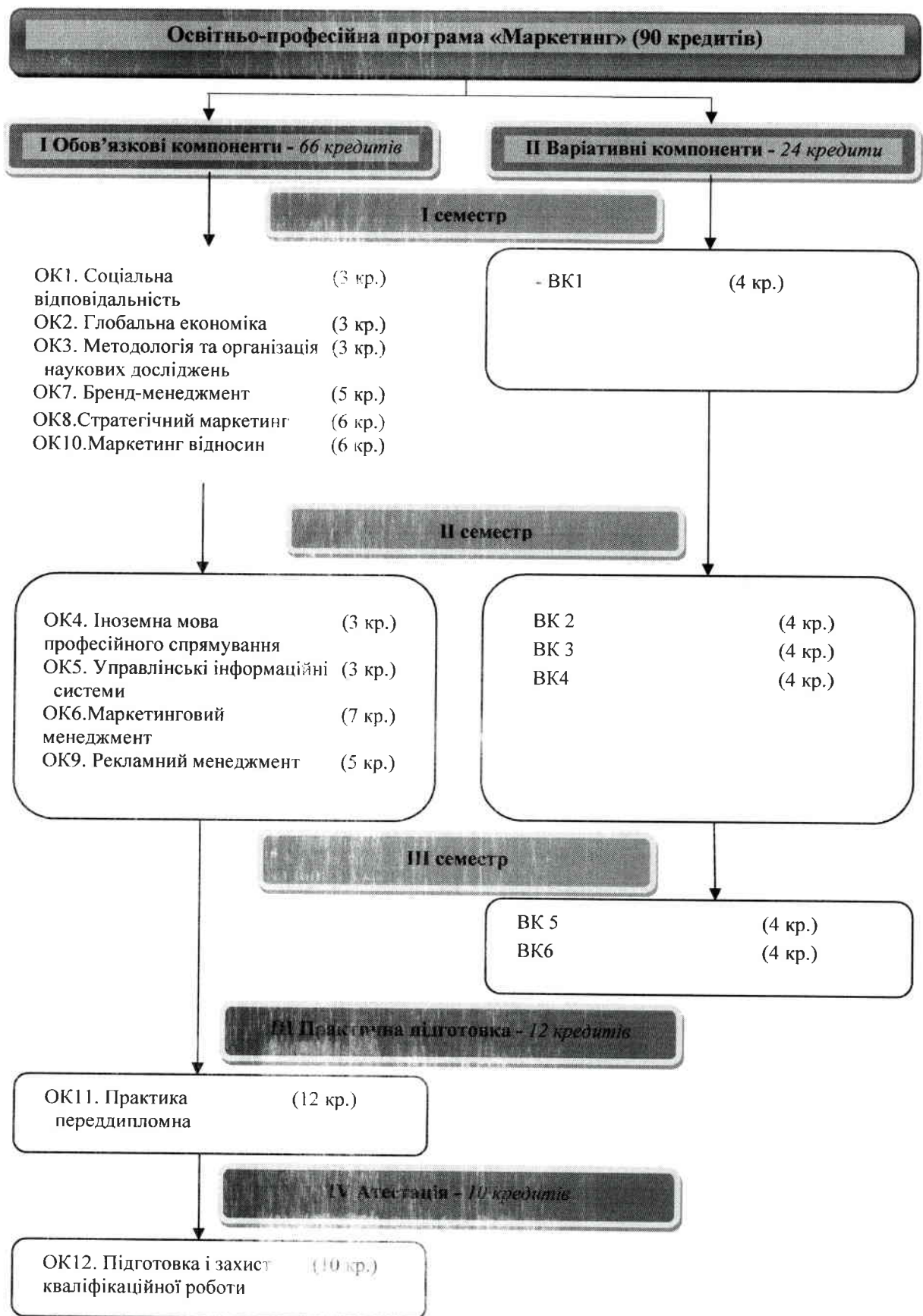


Рис. 1. Структурно-логічна схема компонентів освітньо-професійної програми «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні вищої освіти

4. Матриця відповідності програмних компетентностей відповідним компонентам освітньо-професійної програми

№ компоненти	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10
ОК1	+		+	+	+	+	+	+			+		+	+	+	+		
ОК2	+	+	+	+	+				+	+			+	+	+	+	+	
ОК3	+					+		+	+	+	+		+		+		+	+
ОК4						+		+		+	+							+
ОК5	+	+				+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	
ОК6	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+
ОК7	+	+		+		+		+		+	+		+	+	+	+		+
ОК8	+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ОК9	+	+	+			+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		
ОК10	+	+			+		+		+	+		+				+		+
ОК11	+	+		+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	
ОК12	+	+		+		+		+	+	+	+		+	+	+	+	+	

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

№ компоненти	ПР 1	ПР 2	ПР 3	ПР 4	ПР 5	ПР 6	ПР 7	ПР 8	ПР 9	ПР 10	ПР 11	ПР 12	ПР 13	ПР 14	ПР 15
Обов'язкові компоненти															
OK1			+										+	+	
OK2	+	+											+	+	
OK3	+		+		+										+
OK4					+			+							+
OK5		+	+							+					+
OK6			+	+	+			+	+	+		+	+		
OK7			+	+	+				+	+	+	+			
OK8			+	+		+			+		+	+			
OK9	+					+	+		+		+				
OK10	+							+	+				+	+	
OK11	+	+	+	+						+				+	+
OK12		+	+	+		+	+			+	+	+			+

6. Пояснювальна записка

Обов'язковими складниками пояснювальної записки є матриця відповідності (табл. 1)

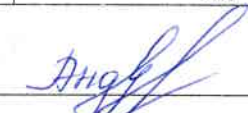


Таблиця 1

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей / результатів навчання дескрипторам НРК (7 рівень, магістерський)

Класифікація компетентностей (результатів навчання) за НРК	Знання		Уміння/навички		Комунікація		Відповідальність та автономія	
	Зн1	Зн2	Ум1	Ум2	К1	К2	К3	АВ1, АВ2, АВ3, АВ4, АВ5
Загальні компетентності								
ЗК1								АВ1, АВ2, АВ3
ЗК2			Ум1			К1		
ЗК3		Зн2	Ум1			К2		
ЗК4								АВ4
ЗК5			Ум1			К3		
ЗК6		Зн1				К2		
ЗК7						К1		АВ2
ЗК8		Зн2	Ум1			К1		АВ1, АВ2, АВ4, АВ5
Спеціальні (фахові) компетентності								
СК1		Зн1	Ум1			К1		АВ1
СК2		Зн2				К1		АВ3
СК3								АВ5
СК4			Ум1			К1		
СК5		Зн1	Ум1			К2		
СК6		Зн2	Ум1			К1		АВ1
СК7		Зн1	Ум1			К1		АВ1, АВ2
СК8		Зн1	Ум1					АВ1
СК9		Зн2	Ум1			К2		АВ5

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми)

Члени проектної групи

Ганна АНДРУЩЕНКО, доктор соціологічних наук, професор кафедри управління бізнесом

Тетяна ПЕТРИШИНА, кандидат економічних наук, в.о.завідувача кафедри управління бізнесом

Марина ЗАВ'ЯЛОВА, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління бізнесом