

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ
другого (магістерського) рівня вищої освіти
(оновлена)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Кваліфікація: магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Протокол № 13 від 16 червня 2022 р.

Голова вченої ради

Ректор

В. Б. Толубко

Освітня програма вводиться в дію з 01 вересня 2022 р.

Наказ № 47 від 16 червня 2022 р.

Київ 2022

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07– Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг.

Освітньо-професійну програму розроблено робочою групою у складі:

- *Гарант освітньої програми* - Дрокіна Ніна Іванівна - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу;
- Виноградова Олена Володимирівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу;
- Писар Надія Богданівна - доктор економічних наук, професор; професор кафедри маркетингу;
- Дарчук Вероніка Геннадіївна - кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;
- Литвинова Ольга Володимирівна - кандидат економічних наук; доцент кафедри маркетингу;
- Совершенна Ірина Олексіївна - кандидат технічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;
- Яблонський Георгій Олексійович директор ВЕБ-студії «UPWAY»;
- Бесараб Катерина Сергіївна – здобувачка другого рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма розроблена у відповідності до Державного стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженому наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07. 2019 р. № 960.

ВІДОМОСТІ ПРО ПЕРЕГЛЯД ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Освітньо-професійна програма переглянута й оновлена у відповідності до зауважень та побажань стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, роботодавців, громадської організації) та з урахуванням тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

Затверджено рішенням кафедри маркетингу – протокол № 10 від «18» квітня 2022 року.

Завідувач кафедри маркетингу

О.В. Виноградова

Затверджено рішенням Вченої ради університету – протокол № 13 від «16» червня 2022 року.

Введена в дію наказом ректора від 16.06.2022 року

1. Профіль освітньої програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту і підприємництва, кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 – Управління та адміністрування
Спеціальність	075 – Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг Marketing
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний Обсяг освітньої програми-90 кредитів ЄКТС; термін навчання 1,5 роки
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) освітнього рівня серія УД № 11010677 від 09.07.2019 р. Термін дії сертифікату до 01.07.2024 р. Внесені зміни відповідно державного стандарту.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень/ Магістр, QF-EHEA- другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Програма дійсна до наступної акредитації
Інтернет - адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.dut.edu.ua/ua/621-osvitno-profesiyni-programi-kafedra-marketingu

2 – Мета освітньої програми

Метою магістерської програми є підготовка магістрів з маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та професійними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. Освітня програма підготовки фахівців з маркетингу орієнтована на потреби ринку галузевих підприємств телекомунікаційної сфери. Набуті компетентності можуть бути застосовані в дослідницькій, управлінській, освітній, медійно-комунікативній, бізнесовій та інших дисциплінарно-професійних полях.

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область, напрям (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»
Опис предметної області освітньої програми	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> 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.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> 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><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень</p>
Орієнтація освітньої програми	Програма носить прикладний характер та зорієнтована на активну діяльність випускників у сфері маркетингу та розвиток перспективи підготовки фахівців з маркетингу на демократичних та інноваційних засадах з урахуванням особливостей функціонування телекомунікаційної галузі із

	широким застосуванням ІТ- технологій та набуття навичок педагогічної діяльності зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингу. Дослідження в галузі маркетингу.</p> <p>Підготовка професійно-компетентних, креативних, високо-інтелектуальних фахівців, здатних працювати у сфері маркетингу та забезпечувати європейський рівень надання маркетингових послуг на інноваційних засадах. Акцент на впровадженні інноваційних методів та технологій в процесі маркетингової діяльності на підприємствах, в установах і організаціях відповідно до сучасних вимог роботодавців.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингові технології, маркетингова стратегія, Digital-маркетинг, маркетингові дослідження.</p>
Особливості програми	<p>Освітня програма спрямована на підготовку фахівців з маркетингу з пріоритетом інноваційних технологій маркетингової діяльності, маркетингових досліджень, Інтернет-маркетингу та бізнес-аналітики, які здатні вирішувати проблеми розробки та реалізації ефективної стратегії маркетингу, з урахуванням особливостей функціонування телекомунікаційної галузі.</p> <p>Програма передбачає викладання навчальних дисциплін спеціалістами у сфері маркетингу і його інформаційно-аналітичного забезпечення на базі програмних комплексів та інструментів Word Press, Google forms, Google analytics, Google Trends, Google Tag Manager, Moqups, Asana, Wonderlist, MS Dynamics CRM, CRM Bitrix24, MS Power BI, що суттєво поглиблює фахові компетентності майбутніх випускників.</p> <p>Інноваційний підхід до підготовки фахівців з маркетингу базується на формуванні практичних навичок і вмінь на основі сучасних теоретичних знань, з використанням навчально-матеріальної бази кафедри маркетингу, створеної на обладнанні останнього покоління, сучасних, прогресивних програмно-апаратних комплексів.</p> <p>Залучення до навчального процесу провідних фахівців - маркетологів з компаній-партнерів: ТОВ «UDS SYSTEM» – срібного партнера Microsoft, ТОВ «ПАРТНЕРЕД», ТОВ «ГЛОБАЛДІДЖІТАЛ», ВЕБ-СТУДІЇ UPWAY, спрямоване на вдосконалення здобувачами професійних компетенцій, наближення до світових вимог у фаховій спеціалізації, знайомство з інноваційними напрямками діяльності компаній та передбачає отримання сертифікатів, які підтверджують наявність компетенцій відповідно до вимог роботодавців.</p> <p>Програма спрямована на підготовку ініціативних спеціалістів, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень і здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p>

**4 – Придатність випускників
до працевлаштування та подальшого навчання**

<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Магістр маркетингу здатний виконувати професійні роботи за Державним класифікатором професій ДК 003: 2010:</p> <p>1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі (завідувач підприємства роздрібної торгівлі, завідувач ринку, завідувач секції, керівник торговельно-економічної місії).</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу (директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу).</p> <p>1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю.</p> <p>1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі (директор (керівник) малої торговельної фірми, керуючий магазином, комерсант).</p> <p>1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні (директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.), керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.)).</p> <p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки.</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління.</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами.</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності (економіст із збуту, консультант з маркетингу, рекламист, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)).</p>
---	--

<p>Академічні права випускників</p>	<p>Можливість продовжувати навчання за освітньою програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти - за першим науковим ступенем «доктор філософії».</p> <p>Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
--	---

5 – Викладання та оцінювання

<p>Викладання та навчання</p>	<p>Викладання проводиться державною мовою. Проблемно-орієнтоване навчання, яке доповнюється практичними складовими, наданими органами державної влади та провідними фахівцями у галузі ІТ –технологій, спрямовано на засвоєння знань, умінь і навичок для подальшого застосування у практиці. Основними способами передачі змісту освітньої програми є проведення лекцій, практичних і індивідуальних занять, консультацій, розв'язання ситуативних завдань, тестування, презентації, науково-педагогічна, науково-дослідна та переддипломна практики.</p>
--------------------------------------	--

Оцінювання	Оцінювання сформованих компетенцій проводиться під час контрольних заходів, які передбачені цією освітньою програмою та зазначені у навчальному плані. Критерії оцінювання знань, умінь та навичок здобувачів вищої освіти розроблені у відповідності до чинного законодавства та затверджені у «Положенні про організацію освітнього процесу» у Державному університеті телекомунікацій.
6- Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і 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. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) та знання
	ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
	ЗК4. Здатність до адаптації та дій в складних та непередбачуваних ситуаціях.
	ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії, спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори.
	ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
	ЗК7. Здатність до ініціативності, відповідальності та підприємливості
	ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними
	ЗК9. Здатність застосовувати сучасні знання психології та науково-педагогічні методи і технології у навчальному процесі
Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)	ПП 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу
	ПП 2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу
	ПП 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та впровадження їх результатів у сфері маркетингу
	ПП 4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом, генерувати нові ідеї та нестандартні підходи до їх реалізації, розробляти і застосовувати маркетингові інноваційні технології та креативні стратегії.
	ПП 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування, розробки та реалізації маркетингових планів

<p>ПП 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p>
<p>ПП 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків, обґрунтовувати стратегічні управлінські рішення.</p>
<p>ПП 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>
<p>ПП 9. Здатність приймати обґрунтовані кросс-культурні маркетингові рішення, дотримуватись етичних норм по відношенню до суб'єктів маркетингу.</p>
<p>ПП10. Здатність до використання інформаційних і комунікаційних технологій, застосування сучасних Інтернет-технологій в управлінні маркетинговою діяльністю.</p>

7 – Програмні результати навчання

<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p>
<p>ПРН 2. Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p>
<p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p>
<p>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p>
<p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p>
<p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними</p>
<p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p>
<p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p>
<p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p>

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта .
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16. Використовувати інформаційні і комунікаційні технології, застосовувати сучасні Інтернет-технології в управлінні маркетинговою діяльністю.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

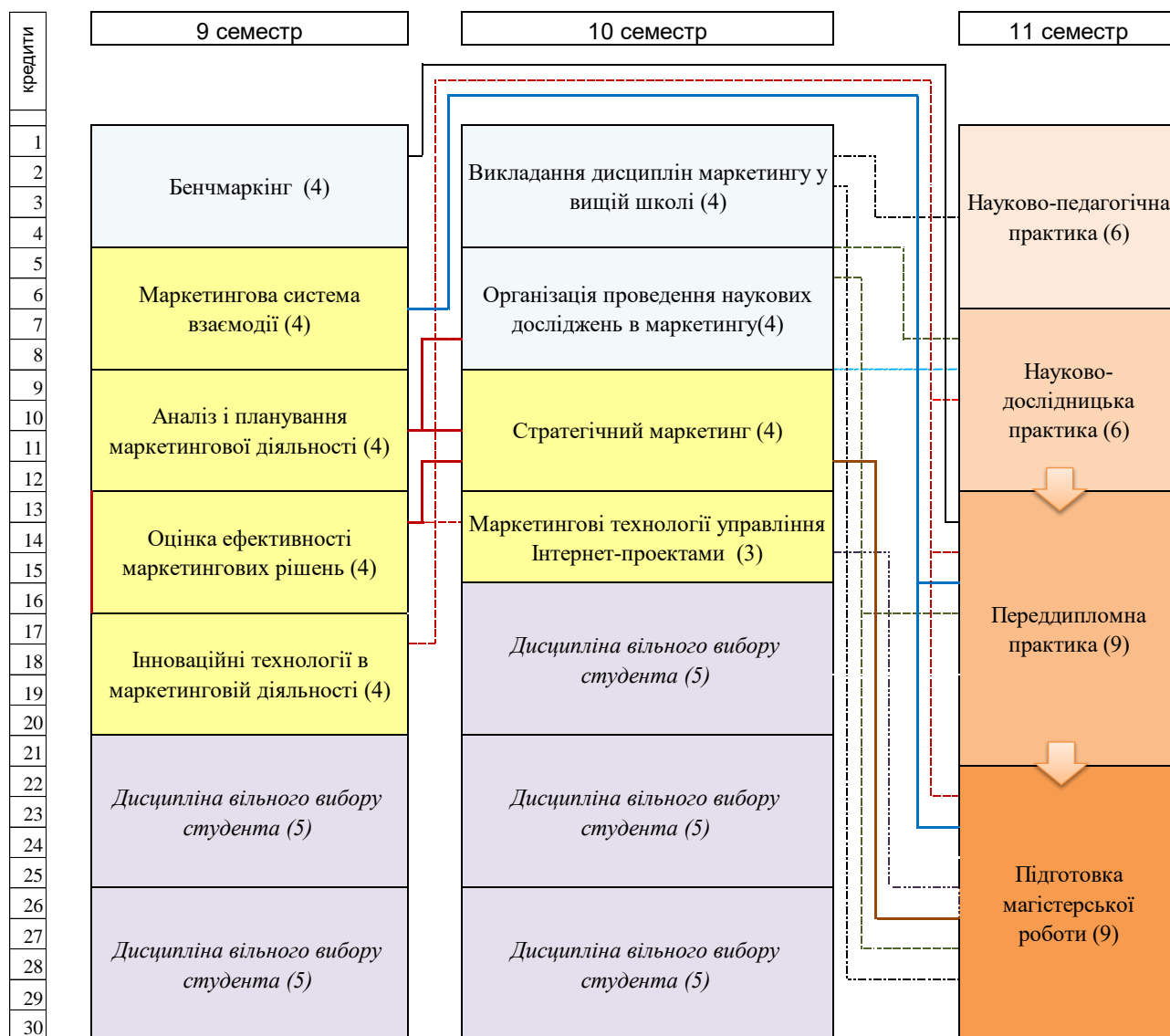
Кадрове забезпечення	Група забезпечення спеціальності 075 «Маркетинг» сформована з числа науково-педагогічних працівників Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва Державного університету телекомунікацій. Кількісний та якісний склад групи відповідають Ліцензійним вимогам.
Матеріально-технічне забезпечення	Для проведення практичних занять з метою формування професійних компетенцій зі спеціальності 075 «Маркетинг» використовується аудиторія № 417 - Навчальна лабораторія Digital-маркетингу та Google – аналітики, яка оснащена сучасними комп'ютерами та програмно-апаратними комплексами, а саме: <ul style="list-style-type: none"> - Borstch, Pokupo, Webflow, Landingi – сервіси створення продуктових лендінгів; - CleverTarget – дослідження аудиторії для таргетованої реклами; - Databox, Dasheroo – сервіси слідування основних показників ефективності, аналітики, маркетингу; - FeedSpy, Соціалітик, SORGE – сервіси моніторингу активності конкурентів у соціальних мережах та сайтів; - Getinline – сервіс онлайн запису та автоматизації бізнесу у сфері послуг;

	<ul style="list-style-type: none"> - Googleanalytics, Googleforms, Googledocs, GoogleTrends – для проведення маркетингових досліджень; - HohliBuilder, Creately, Piktochart, GoogleCharts, Vizualize - онлайн сервіси для створення інфографіки; - MindMap, Mindomo - інструменти для створення карт проєктів та генерування інноваційних ідей; - Microsoft Excel, NextDoc, Airtable, GoogleТаблиці – сервіси систематизації маркетингових даних; - Microsoft Power BI - візуалізація маркетингових даних; - Priceva, Competera, Metacommerce – сервіс моніторингу цін конкурентів для Інтернет-магазинів; - Quantcast, SharkUP – сервіси дослідження даних рекламних компаній; - Testograf, Survio, Surveymonkey, GoogleForms, Anketolog, Simpoll - сервіси онлайн-опитувань; - Jira, Trello, Slack, Skype - організація власної роботи та роботи команди; - Asana, Wonderlist - для планування робочого часу та виконання планів маркетингового відділу підприємства; - HohliBuilder, GoogleCharts, Vizualize-онлайн сервіси для створення інфографіки.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Всі дисципліни навчального плану забезпечені інформаційними та навчально-методичними матеріалами та розміщені у системі дистанційного навчання Moodle у т.ч. з доступом до електронної бібліотеки Державного університету телекомунікацій.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Наявність двосторонніх договорів між Державним університетом телекомунікацій. та закладами вищої освіти України забезпечує національну кредитну мобільність
Міжнародна кредитна мобільність	Зміст освітньої програми відповідає стандартам вищої освіти, що дозволяє приймати участь у програмах подвійних дипломів та бути конкурентоспроможним на світовому ринку праці
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Передбачає навчання іноземців та осіб без громадянства

II. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кіль- кість кредитів	Форма підсумк. контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
Цикл дисциплін загальної підготовки			
ЗК15.1.01	Бенчмаркінг	4	Диф.зал.
ЗК15.1.02	Організація проведення наукових досліджень в маркетингу	4	Екзамен
ЗК15.1.03	Викладання дисциплін маркетингу у вищій школі	4	Диф.зал.
Всього за циклом дисциплін загальної підготовки		12	
Цикл дисциплін професійної та практичної підготовки			
<i>Навчальні дисципліни професійної підготовки</i>			
ПП.15.2.01	Маркетингова система взаємодії	4	Диф.зал.
ПП.15.2.02	Аналіз і планування маркетингової діяльності	4	Екзамен
ПП.15.2.03	Оцінка ефективності маркетингових рішень	4	Екзамен
ПП.15.2.04	Інноваційні технології в маркетинговій діяльності	4	Екзамен
ПП.15.2.05	Маркетингові технології управління Інтернет-проектами	3	Екзамен
ПП.15.2.06	Стратегічний маркетинг	4	Екзамен
<i>Практична підготовка</i>			
ПП.15.2.07	Науково-педагогічна практика	6	Диф.зал.
ПП.15.2.08	Науково-дослідницька практика	6	Диф.зал.
ПП.15.2.09	Переддипломна практика	9	Диф.зал.
<i>Атестація здобувачів вищої освіти</i>			
ПП.15.2.10	Підготовка та захист кваліфікаційної (магістерської) роботи	9	Захист
Всього за циклом професійної та практичної підготовки		53	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		65	-
Вибіркові освітні компоненти (ОК) ОП			
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.зал.
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.зал.
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.зал.
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.зал.
	ОК за вибором здобувача ВО	5	Диф.зал.
Загальний обсяг вибірових компонент:		25	-
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	-

III Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



Обов'язкові компоненти циклу загальної підготовки

Обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки

Освітні компоненти за вибором здобувача вищої освіти

IV. Форма випускної атестації здобувачів вищої освіти

<i>Форми атестації здобувачів вищої освіти</i>	Атестація магістрів з маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<i>Вимоги до кваліфікаційної роботи</i>	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення дослідження та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Має бути перевірена на плагіат відповідно до «Положення про запобігання академічному плагіату у Державному університеті телекомунікацій» та оприлюднена у репозитарію Університету

**V. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньо-професійної програми**

	ЗК 15.1.01	ЗК 15.1.02	ЗК 15.1.03	ПП 15.2.01	ПП 15.2.02	ПП 15.2.03	ПП 15.2.04	ПП 15.2.05	ПП 15.2.06	ПП 15.2.07	ПП 15.2.08	ПП 15.2.09	ПП 15.2.10
ЗК 1					•	•				•	•	•	•
ЗК 2		•								•	•	•	•
ЗК 3	•			•	•					•	•	•	•
ЗК 4	•			•			•					•	•
ЗК 5						•	•					•	•
ЗК 6		•	•		•					•	•	•	•
ЗК 7	•			•		•				•	•	•	•
ЗК 8		•				•						•	•
ЗК 9			•							•	•		
ПП 1								•	•	•	•	•	•
ПП 2								•	•	•	•	•	•
ПП 3								•	•	•	•	•	•
ПП 4						•		•	•	•	•	•	•
ПП 5				•				•	•	•	•	•	•
ПП 6						•	•	•	•			•	•
ПП 7				•	•		•	•	•			•	•
ПП 8					•	•						•	•
ПП 9					•	•	•					•	•
ПП 10					•	•	•			•	•	•	•

**VI. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

	ПРН 1	ПРН 2	ПРН 3	ПРН 4	ПРН 5	ПРН 6	ПРН 7	ПРН 8	ПРН 9	ПРН 10	ПРН 11	ПРН 12	ПРН 13	ПРН 14	ПРН 15	ПРН 16
ЗК 15.1.01			•													
ЗК 15.1.02	•	•	•		•										•	
ЗК 15.1.03								•							•	•
ЗК 15.1.04															•	•
ПП 15.2.01			•	•						•	•	•	•		•	•
ПП 15.2.02			•			•			•	•	•	•	•		•	•
ПП 15.2.03		•		•	•	•	•								•	•
ПП 15.2.04	•			•		•	•	•						•		
ПП 15.2.05	•		•	•					•		•	•	•	•		
ПП 15.2.06	•		•	•					•		•	•	•	•		
ПП 15.2.07	•	•	•		•			•		•	•				•	•
ПП 15.2.08	•	•	•		•			•		•	•				•	•
ПП 15.2.09	•	•	•	•	•		•	•	•		•	•			•	•
ПП 15.2.10	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

Гарант освітньої програми
професор кафедри маркетингу
Навчально-наукового інституту
менеджменту та підприємництва,
доктор економічних наук

Н.І. Дрокіна