

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

Початкового рівня вищої освіти (короткий цикл)
за спеціальністю 075 Маркетинг
(номер і назва спеціальності)

Галузі знань 07 Управління та адміністрування
(шифр та назва галузі знань)

Освітня кваліфікація молодший бакалавр маркетингу
(назва кваліфікації)

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою Вищого навчального
закладу Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі»

Голова вченої ради



[Signature] О. НЕСТУЛЯ

(протокол № 5
від 21 » квітня 2021 р.)

Освітньо-професійна програма
вводиться в дію з 1.09.2021 року



Ректор [Signature] О. НЕСТУЛЯ

(наказ № 44-Н
від 21 » квітня 2021 р.)

Полтава 2021

Лист погодження

ПОГОДЖЕНО

№ з/п	Посада	Прізвище, ім'я, по батькові	Науковий ступінь, учене звання	Підпис
1	Перший проректор	Педченко Наталія Сергіївна	д.е.н., професор	
2	Директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти	Вергал Ксенія Юріївна	к.е.н., доцент	
3	Директор Навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій	Ткаченко Аліна Сергіївна	к.т.н., доцент	
4	Голова науково-методичної комісії Навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій	Губа Людмила Миколаївна	к.т.н., доцент	
5	Завідувач кафедри маркетингу	Карпенко Наталія Володимирівна	д.е.н., професор	

Внесено проектною групою в складі науково-педагогічних працівників Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»:

1. Іваннікова Марина Миколаївна, керівник проектної групи, гарант освітньої програми, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
2. Карпенко Наталія Володимирівна, завідувач кафедри маркетингу, д.е.н., професор;
3. Яловега Наталія Іванівна, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент.

Розроблено науково-методичною комісією зі спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

1. Іваннікова Марина Миколаївна – керівник проектної групи, гарант освітньої програми, доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
2. Карпенко Наталія Володимирівна – завідувач кафедри маркетингу, голова науково-методичної групи зі спеціальності із забезпечення якості вищої освіти, д.е.н., професор;
3. Яловега Наталія Іванівна – доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент;
4. Трайно Вікторія Миколаївна – доцент кафедри маркетингу, к.е.н.;
5. Коновалова Надія Яківна – директор з маркетингу та реклами ТРЦ «Київ»;
6. Мостовенко Наталія Олексіївна – випускниця спеціальності «Маркетинг» ПУЕТ (2015), власниця комунікаційної агенції «Meteam» та партнер дизайн-студії «Mostodesign»;
7. Кривенко Людмила Грігоріївна – випускниця спеціальності «Маркетинг» ПУЕТ (2019), маркетолог в PSM-Profile;
8. Полєва Яна – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
9. Йосипенко Анна – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
10. Кісурін Владислав – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»;
11. Аршученко Валентина – здобувач початкового рівня (молодший бакалавр) вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена з урахуванням дескрипторів Національної рамки кваліфікацій початкового рівня (короткого циклу) вищої освіти.

Освітня програма розглянута і схвалена науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту бізнесу та сучасних технологій (протокол № 6 від 07 квітня 2021 р.).

Зовнішні рецензенти

№ з/п	Прізвище, ім'я, по батькові	Науковий ступінь, шифр та назва наукової спеціальності	Учене звання (за кафедрою)	Посада та назва організації (за основним місцем роботи)
1.	Писаренко Володимир Вікторович	д.е.н., 08.00.03 – економіка та управління національним господарством	професор кафедри маркетингу	Завідувач кафедри маркетингу Полтавського державного аграрного університету
2.	Бойко Юрій Олександрович	-	-	Директор рекламної агенції «Бойко», голова Полтавської організації «Спілка рекламистів України»
3.	Коновалова Надія Яківна	-	-	Начальник відділу маркетингу та реклами ТРЦ «Київ»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», навчально-науковий інститут бізнесу та сучасних технологій, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти: молодший бакалавр Спеціальність: 075 Маркетинг Освітня програма: Маркетинг
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом молодшого бакалавра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців.
Наявність акредитації освітньої програми	Ліцензія на здійснення освітньої діяльності за рівнем освіти «молодший бакалавр». Сертифікат про акредитацію спеціальності (освітньої програми) за рівнем бакалавр УП № 17007072 від 10.07.2018 р. Термін дії – до 01.07.2023 р.
Цикл/рівень	Національна рамка кваліфікацій України (НРК) – 5 рівень. Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (FQ-EHEA) – перший цикл. Європейська рамка кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF-LLL) – 5 рівень.
Передумови	Наявність свідоцтва про базову загальну середню освіту. Умови вступу визначаються Правилами прийому до Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» в 2021 році (https://vstup.puet.edu.ua/dokumenty/)
Мова викладання	Українська.
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://vstup.puet.edu.ua/osvitno-profesijni-programy/
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Мета ОП відповідає Місії та Стратегії розвитку університету на 2017-2022 роки (https://bit.ly/3oOiJjm).	

ОП спрямована на підготовку фахівців з маркетингу із набуттям компетентностей, направлених на розвиток здатностей використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень; аналізувати та визначати особливості функціонування ринків; обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу; проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими тощо.

3 – Характеристика освітньо-професійної програми

Предметна область	Об'єкти вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка молодших бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для супроводу та реалізації маркетингових рішень. Загальний обсяг освітньо-професійної програми: 120 кредитів ЄКТС, у тому числі: - обов'язкові навчальні дисципліни – 72 кредити ЄКТС, 60,0 %; - вибіркові навчальні дисципліни – 30 кредитів ЄКТС, 25 %; - практична підготовка – 17 кредитів ЄКТС, 14,2 %; - підсумкова атестація – 1 кредит ЄКТС, 0,8 %.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна. Програма професійна прикладна. Акцент ОП робиться на здобутті знань та умінь у сфері маркетингу, необхідних для працевлаштування на підприємствах різних форм власності та галузей

	діяльності або можливості продовження освіти (бакалаврські професійні програми).
Основний фокус освітньо-професійної програми спеціалізації та	Вища освіта в галузі знань «Управління та адміністрування» зі спеціальності «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетинговий аналіз, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингове забезпечення діяльності підприємства.
Особливості програми	Унікальність ОП полягає у адаптації її до закордонних закладів вищої освіти, що надає можливості навчання за обміном; наявність значної практичної складової (18 кредитів) сприяє набуттю здобувачами конкурентних переваг на вітчизняному та закордонному ринку праці; викладання інноваційних спеціальних фахових дисциплін вже на першому курсі надає можливостей набуття професійних маркетингових компетентностей та працевлаштування за фахом без здобуття додаткових кваліфікацій. Широкий перелік вибірових навчальних дисциплін, як професійної підготовки так й загальноуніверситетських, що формують гнучкі навички майбутнього фахівця.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівці підготовлені до роботи і здатні виконувати професійні діяльності за секціями відповідно до КВЕД 009:2020: 63.99. Надання інших інформаційних послуг, не віднесених до інших угруповань (надання інформаційних послуг по телефону з використанням комп'ютерної технології; надання послуг з пошуку інформації за винагороду або на основі контракту; надання послуг з добору новин і матеріалів із преси (медійний моніторинг) тощо. 73.12. Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації (розміщення реклами в засобах масової інформації, тобто продаж або перепродаж часу та місця для різних видів реклами в засобах масової інформації) 82.20. Діяльність телефонних центрів (довідкових телефонних центрів, відповіді на дзвінки операторів, автоматичний розподіл дзвінків, комп'ютерні телефонні вузли, діалогові голосові системи відповіді або схожі системи для одержування замовлень, забезпечення довідкової інформації щодо товарів, обслуговування прохань клієнтів з метою надання допомоги або реагування на скарги споживачів; телефонних центрів вихідних дзвінків з використанням подібних методів для продажу товарів або послуг потенційним клієнтам, проведення

	ринкових досліджень і досліджень суспільної думки, подібної діяльності щодо клієнтів Фахівці підготовлені до роботи і здатні виконувати зазначені професійні роботи за ДК 003:2010: 4113 – Оператори із збору даних; 4131 – Офісні службовці, які займаються послугами із постачання (офісний службовець (постачання)); 4141 – Службовець з обробки інформації та замовлень (Оброблювач інформаційного матеріалу) (підбирач довідкового та інформаційного матеріалу); 4142 – Оброблювач замовлень); 4190 – Інтерв'юер 4215 – Контролер ринку; 4222 – Офісний службовець (інформація); ресепшійніст, адміністратор; 4229 – Адміністратор програм радіо та телебачення International Standard Classification of Occupations 2008 (ISCO - 08): 4222 – Contact Centre Information Clerks 4415 – Filing and Copying Clerks 4416 – Personnel Clerks 4417 – Clerical Support Workers Not Elsewhere Classified 5131 – Waiters 5211 – Stall and Market Salespersons 5223 – Shop Sales Assistants 5244 – Contact Centre Salespersons
Подальше навчання	Можливість продовження навчання за програмою першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемноорієнтоване навчання, індивідуальна освітня траєкторія, використання дистанційних технологій в освітньому процесі – система Moodle (https://el.puet.edu.ua/), навчання на основі самостійних досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, самостійної роботи, індивідуальних занять тощо.
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та екзамени (усні та письмові), презентації, захист звітів з практик, комплексний екзамен за фахом.
Система поточного та підсумкового контролю знань	Поточний контроль: тестування, виконання завдань самостійної роботи, виконання поточних модульних робіт Підсумковий контроль: залік (ПМК), екзамен, підсумкова атестація (комплексний екзамен).

6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати типові спеціалізовані задачі в певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування положень і методів відповідних наук і характеризується певною невизначеністю умов, нести відповідальність за результати своєї діяльності та контролювати інших осіб у певних ситуаціях.
Загальні компетентності	ЗК01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання на відповідному практичному рівні. ЗК08. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність працювати в команді. ЗК11. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, в тому числі державною та іноземною мовами. ЗК12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності	СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК02. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

	СК03. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК08. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень. СК09. Здатність аналізувати та визначати особливості функціонування ринків. СК10. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК11. Здатність пропонувати шляхи вдосконалення функціональних завдань у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання	
ПР01. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності . ПР02. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПР03. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР04. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР05. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПР06. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПР07. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПР08. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.	

ПР09. Діяти соціально відповідальна та громадську свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості

ПР10. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки

ПР11. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПР12. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Викладання навчальних дисциплін на ОП забезпечують професорсько-викладацький склад кафедри маркетингу (професорів, докторів наук – 1 особа, доцентів, кандидатів наук – 4 особи), а також науково-педагогічні працівники інших кафедр університету. Науково-педагогічні працівники, які реалізують виконання ОП володіють високою педагогічною майстерністю, мають відповідну кваліфікацію, професійні компетентності та досвід у сфері освітньої та наукової діяльності. Залучення практиків та професіоналів у сфері маркетингу до освітнього процесу. Гарант та науково-педагогічний склад, що забезпечує реалізацію ОП, відповідають вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти.
Матеріально-технічне забезпечення	<i>Матеріально-технічне забезпечення</i> навчальних спеціалізованих лабораторій і кабінетів є відповідне сучасним вимогам (мультимедійне та спеціальне обладнання) та дозволяє у повному обсязі забезпечити виконання навчальних програм з навчальних дисциплін за ОП. Обладнання лекційних аудиторій, лабораторій та спеціалізованих кабінетів, що забезпечують навчальний процес за ОП у відповідності до навчального плану в університеті (№/площа м²): 1) Лабораторії та кабінети кафедри маркетингу №139/53,1; 2) лекційні аудиторії на 56-110 посадочних місць з мультимедійним комплексом (ПК з підключенням до локальної і глобальної мереж, стаціонарний мультимедійний проектор) №507, №230, №405, №209, №3М, №3аМ, №224, №419, №523, №336, №435, №114; 3) електронні читальні зали № 1

	(135)/186,0, №2(143)/554,0; 4) медіатека №(136)/140,7; 5) спорткомплекс «Олімп» / 3209,4. Базами практики є підприємства, які відповідають профілю підготовки молодших бакалаврів зі спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинг», та з якими укладені договори на практичну підготовку студентів. Усі здобувачі мають гарантоване місце проходження стажування за кордоном (Туреччина, Болгарія, Німеччина, США, Китай).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Викладання усіх навчальних дисциплін, проходження виробничих практик забезпечено підручниками, навчально-методичними посібниками, методичними рекомендаціями, програмами практик та дистанційними курсами авторства викладачів ПУЕТ або інших провідних фахівців України у сфері маркетингу. Здобувачі вищої освіти, що навчаються за освітньою програмою, та викладачі можуть використовувати бібліотеку університету, електроний читальний зал, інституційний репозитарій ПУЕТ. Інформаційні ресурси бібліотеки ПУЕТ за освітньою програмою формуються відповідно до предметної області та сучасних тенденцій наукових досліджень у цій галузі. Здобувачі вищої освіти можуть отримати доступ до всіх друкованих видань різними мовами, включаючи монографії, навчальні посібники, підручники, словники, тощо. Бібліотека забезпечена вітчизняними та закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного або спорідненого профілю, в тому числі в електронному вигляді. Для дистанційного доступу до навчально-методичних матеріалів використовується платформа Moodle, на якій розміщуються матеріали дистанційних курсів.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двостороннього договору між Полтавським національним педагогічним університетом імені В. Г. Короленка та Полтавською державною аграрною академією.
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ KA1 на основі двосторонніх договорів між Університетом та навчальними закладами країн-партнерів: Kodolanyi Janos University (Угорщина); Katowice School of Economics (Республіка Польща) Utenos kolegija,

	University of Applied Sciences (Литовська Республіка); Universidad de Granada (Королівство Іспанія); Vidzeme University of Applied Sciences (Латвійська Республіка); West University of Timisoara (Румунія); Mardin Artuklu University (Турецька Республіка); програма академічних обмінів Турецької Республіки «Mevlana».
Навчання іноземців та осіб без громадянства	Особливі умови освітньої програми в контексті навчання іноземних громадян не передбачено.

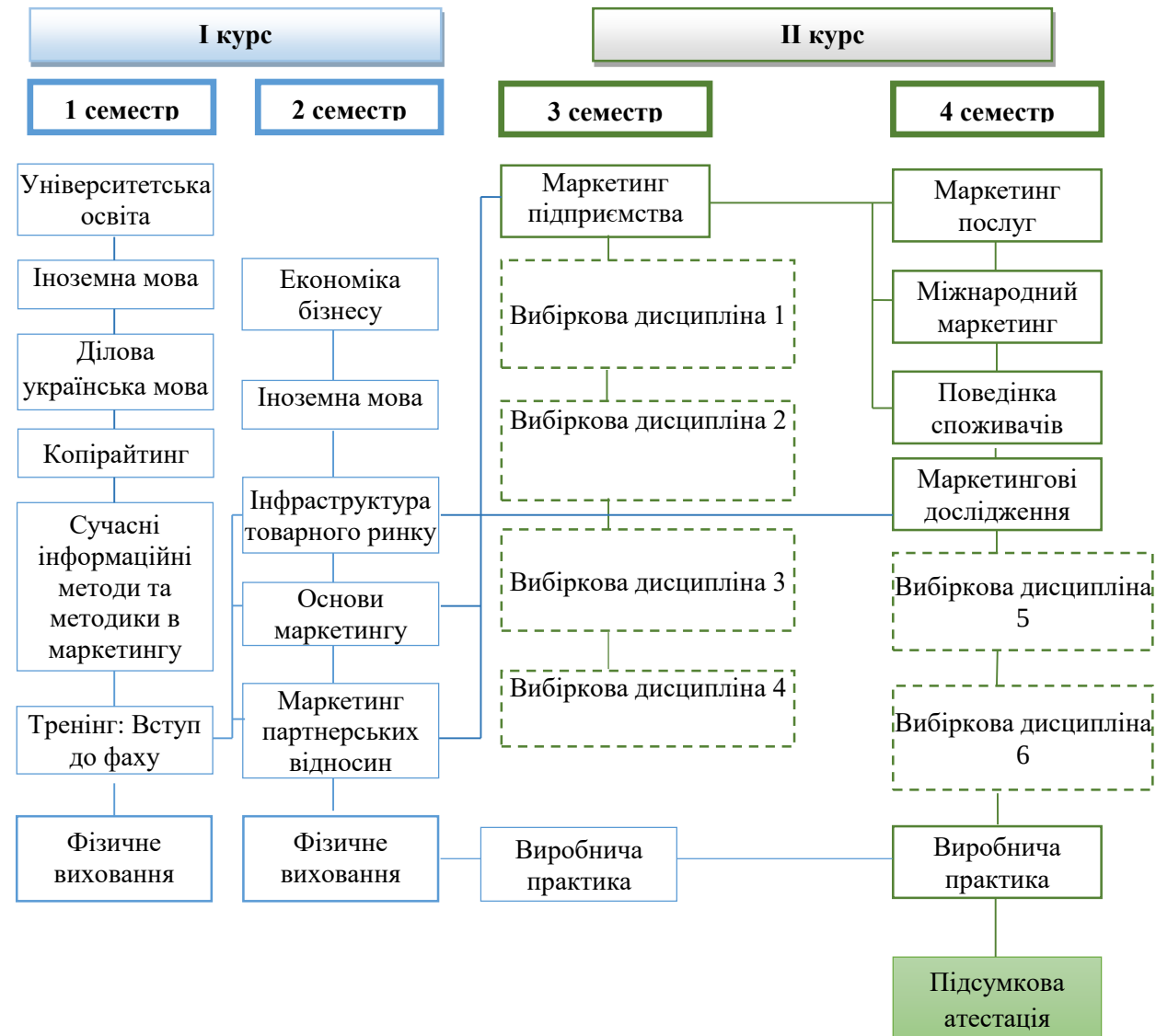
2. Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонентів ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові освітні компоненти		72	
1. Цикл загальної підготовки		15	
OK01	Ділова українська мова	3	екзамен
OK02	Іноземна мова	5	залік, екзамен
OK03	Фізичне виховання	2	залік
OK04	Економіка бізнесу	5	залік
2. Цикл професійної підготовки		57	
OK05	Сучасні інформаційні методи та методики в маркетингу	5	екзамен
OK06	Інфраструктура товарного ринку	5	екзамен
OK07	Копірайтинг	5	екзамен
OK08	Маркетинг партнерських відносин	5	залік
OK09	Маркетинг підприємства	6	екзамен
OK10	Маркетинг послуг	5	екзамен
OK11	Маркетингові дослідження	5	екзамен
OK12	Міжнародний маркетинг	5	залік
OK13	Основи маркетингу	6	екзамен
OK14	Поведінка споживачів	5	залік
OK15	Тренінг: Вступ до фаху	4	залік
OK16	Університетська освіта	1	залік
Вибіркові освітні компоненти		30	
BK1	Навчальні дисципліни загальноуніверситетського вибору	20	залік
BK2	Навчальні дисципліни професійного вибору	10	залік
Практична підготовка		17	
OK17	Виробнича практика	17	залік
Атестація		1	
	Атестація	1	екзамен
Загальна кількість годин навчальних		120	

Примітки: Перелік вибіркових компонент формується щороку та розміщується на сайті університету <http://puet.edu.ua/uk/vibirkovi-disciplini>

2.2. Структурно-логічна схема освітнього процесу



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми здобувачів освіти	атестації вищої	Атестація за спеціальністю здійснюється у формі складання атестаційного екзамену.
Вимоги атестаційного екзамену	до	Атестаційний екзамен спрямований на перевірку досягнення результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та освітньою програмою. Оцінювання рівня якості підготовки бакалавра під час атестації у формі атестаційного екзамену здійснюють члени ЕК на основі встановлених правил, принципів, критеріїв, системи і шкали оцінювання. Атестаційний екзамен за фахом здійснюється в письмовій формі, з використанням системи Moodle, OpenTest (тестування).
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації		Документ встановленого зразка про присудження ступеня молодшого бакалавра із присвоєнням кваліфікації: молодший бакалавр маркетингу

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Компетентності ОПП	Компоненти ОПП																
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17
Загальні компетентності																	
ЗК01	+							+	+	+		+	+	+	+	+	
ЗК02	+		+													+	
ЗК03				+							+	+	+				+
ЗК04		+			+						+				+	+	+
ЗК05									+				+				+
ЗК06				+		+	+	+	+	+			+	+	+	+	+
ЗК07					+	+	+		+		+	+	+				+
ЗК08				+							+						+
ЗК09					+		+		+	+	+			+			+
ЗК10				+		+		+	+		+	+	+	+	+		+
ЗК11	+	+					+	+		+		+		+	+		+
ЗК12					+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Спеціальні компетентності																	
СК01									+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК02								+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК03								+	+	+		+	+	+	+		+
СК04								+	+		+	+	+	+			+
СК05									+	+	+	+	+	+			+
СК06									+	+	+	+	+	+			+
СК07				+		+			+	+		+	+	+			+
СК08					+				+	+	+	+	+	+			+
СК09				+		+			+		+	+	+				+
СК10					+		+		+		+	+	+		+		+
СК11				+					+	+	+	+	+	+			+

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

Програмні результати навчання	Компоненти ОПП																
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17
ПР01									+	+	+	+	+	+			+
ПР02				+		+		+	+	+	+	+	+	+			+
ПР03						+			+	+	+	+	+	+			+
ПР04									+	+	+	+	+	+			+
ПР05				+		+			+	+	+	+	+	+			+
ПР06					+				+	+	+	+	+	+			+
ПР07			+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПР08									+	+	+	+	+	+	+		+
ПР09									+	+	+	+	+	+		+	+
ПР10									+	+	+	+	+	+	+		+
ПР11	+	+					+		+	+	+	+	+	+	+		+
ПР12								+	+	+	+	+	+	+	+		+

Гарант освітньої програми



(підпис)

Марина Іваннікова

(ім'я, прізвище)