

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО



Вчена рада Хмельницького
національного університету
протокол від 15.05 2025 № 14

Голова Вченої ради

Підпис

Микола СКИБА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

«МАРКЕТИНГ»

Назва освітньої програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ТРЕТІЙ (ОСВІТНЬО-НАУКОВИЙ)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО

Шифр і найменування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

D5 «МАРКЕТИНГ»

Код і найменування

**ОСВІТНЯ
КВАЛІФІКАЦІЯ**

ДОКТОР ФІЛОСОФІЇ З МАРКЕТИНГУ

Назва

Освітня програма вводиться у дію
з 01 вересня 2025 р.

Наказ від 23.06. 2025 р. № 52

Ректор

Підпис

Сергій МАТЮХ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Хмельницький 2025

ВНЕСЕНО

РОБОЧА ГРУПА

Кафедра маркетингу

Гарант (Керівник робочої групи)

 Віталій КАРПЕНКО, канд.екон.наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

Протокол від 22 04 20 25 № 11

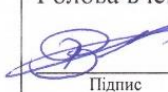
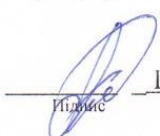
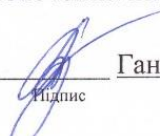
karpenkov@khnmu.edu.ua
E-mail гаранта

Зав. кафедри  Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Члени робочої групи:

 Анатолій ТЕЛЬНОВ, д-р.екон.наук, проф.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання
 Дмитро ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ, д-р.екон.наук, проф.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання
 Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА, канд.екон.наук, доц.
Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

ПОГОДЖЕНО:

Вчена рада факультету економіки і управління Протокол від <u>13 травня</u> 20 <u>25</u> № <u>32/25</u> Голова вченої ради  <u>Віталій КАРПЕНКО</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ	Навчально-методичний відділ Завідувач  <u>Ірина АНДРОЩУК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ Відділ ліцензування, акредитації, моніторингу освітнього процесу та видачі документів про вищу освіту Завідувач  <u>Ігор АНДРОЩУК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ (для третього (освітнього-наукового) рівня) Відділ аспірантури та докторантури Завідувач  <u>Олена ПЕТЯК</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ Відділ забезпечення якості вищої освіти Завідувач  <u>Ганна КРАСИЛЬНИКОВА</u> Підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ
--	---

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Президент Хмельницької торгово-промислової палати
(назва підприємства, установи, організації)

Підпис, МП

Наталія БСЛЯКОВА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Директор ТОВ «ФУДЗТРЕЙД ІЮА»
(назва підприємства, установи, організації)

Підпис, МП

Юрій КРАВЧУК
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Директор ТОВ «Автоцентр Статус Авто»
(назва підприємства, установи, організації)

Підпис, МП

Олена СТАНІСЛАВОВА
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Голова студентської ради факультету економіки і управління

Підпис

Марія СУРНИК
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

I. Опис освітньої програми**Маркетинг**

(Назва освітньої програми)

зі спеціальності

D5 Маркетинг

Код і найменування спеціальності

1 Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Хмельницький національний університет Факультет економіки і управління Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо-науковий)
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Форми здобуття освіти	Очна (денна); заочна
Освітня кваліфікація	Доктор філософії з маркетингу
Професійна кваліфікація	Не присвоюється
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – доктор філософії Галузь знань – D Бізнес, адміністрування та право Спеціальність – D5 Маркетинг Освітньо-наукова програма – «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-наукова програма «Маркетинг»
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Тип диплому – одиничний Обсяг освітньої складової освітньої програми – 60 кредитів ЄКТС, термін навчання – 4 роки
Наявність акредитації	Первинна акредитація планується у 2028-2029 н.р.
Цикл/рівень рамки кваліфікацій	НРК – 8 рівень; FQ-EHEA – третій цикл; EQF LLL – 8 рівень
Гарант освітньої програми (контактна інформація)	Тельнов Анатолій Сергійович, доктор економічних наук, професор. e-mail: telnovas@khnmu.edu.ua
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою	Наявність ступеня вищої освіти магістра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До наступного оновлення, відповідно до Положення про освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ
Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми	https://khnmu.edu.ua/doktory-filosofiyi/
2 Мета освітньої програми	
Формування на основі інтеграції теоретичної і практичної підготовки з науковими дослідженнями комплексу знань, умінь та компетентностей у професіоналів, здатних розв'язувати проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності.	

3 Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право. Спеціальність: D5 Маркетинг. Освітньо-наукова програма «Маркетинг». Об'єкт діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності. Теоретичний зміст предметної області: сучасні маркетингові 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні і спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова програма
Особливості освітньої програми	Формування у професіоналів цілісної системи знань і умінь щодо творчого/креативного застосування методів та інструментів класичного і новітніх видів маркетингу у їх логічному взаємозв'язку, формування цифрових компетенцій для ефективного провадження маркетингової діяльності в конкурентних умовах технологічних трансформацій і цифровізації сучасної економіки.
4 Можливості працевлаштування та подальшого навчання випускників	
Можливості працевлаштування	Випускник третього (освітньо-наукового рівня) після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010. Редакція від 25.10.2021) займати первинну посаду за категоріями: 1233 – Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), 1234 – Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю), 1237.2 – Завідувач (начальник) відділу (науково-дослідного, конструкторського, проєктного та ін.), завідувач лабораторії (науково-дослідної, підготовки виробництва), 1238 – Керівник проєктів та програм у сфері матеріального (нематеріального) виробництва, 2310.2 – Викладачі закладу вищої освіти, 2419.1 – Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), 2433.1 – Молодший науковий співробітник (інформаційна аналітика).

Подальше навчання	Право здобуття наукового ступеня доктора наук та додаткових кваліфікацій у системі освіти дорослих.
5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання проводиться у вигляді: лекцій, семінарських і практичних занять. Також передбачена самостійна робота з можливістю консультацій з викладачем за окремими освітніми компонентами, індивідуальні заняття, групова проектна робота, практична підготовка. Студентоцентроване навчання на засадах партнерської взаємодії з урахуванням принципів академічної свободи здобувачів та викладачів, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання із використанням інформаційно-комунікаційних технологій, навчання на основі досліджень, що передбачає обмін теоретичними і практичними здобутками, професійним досвідом, презентування власних досягнень в українському та зарубіжному дискурсі з актуальних питань маркетингу у формі публікацій, виступів, участі у семінарах, вебінарах, тренінгах, конференціях.
Оцінювання	Оцінювання результатів навчання здійснюється за 100-бальною накопичувальною шкалою, яка за результатами поточного та підсумкового оцінювання трансформується в інституційну шкалу та шкалу ЄКТС. Види та методи контролю: поточний – усне та письмове опитування, тестування, оцінювання практичних робіт, результатів семінарських занять, обговорення та презентація есе, захист індивідуальних робіт, захист звіту з практики; підсумковий семестровий (екзамени, заліки). Підсумкова атестація – публічний захист дисертації.
6 Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері маркетингу, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК02. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК03. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК04. Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.
Фахові (спеціальні, предметні) компетентності (ФК)	ФК01. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках. ФК02. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземною мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом досліджень. ФК03. Здатність застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічній діяльності. ФК04. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіті. ФК05. Здатність до провадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами.

	ФК06. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень. ФК07. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем. ФК08. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.
--	--

7 Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.

ПРН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проєкти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.

ПРН03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані.

ПРН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності.

ПРН05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно-орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших.

ПРН06. Планувати і виконувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щодо досліджуваної проблеми.

ПРН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державною та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях.

ПРН08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.

ПРН09. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичне та нормативне забезпечення.

8 Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення реалізації освітньої програми відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення підготовки здобувачів вищої освіти відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне забезпечення становить: – електронна бібліотека університету; – наявність вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань; – методичне забезпечення відповідного або спорідненого спеціальності профілю у науковій бібліотеці ХНУ (у тому числі в електронному вигляді); – доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю; – офіційний веб-сайт закладу освіти, на якому розміщена основна інформація про організацію освітнього процесу; – модульне середовище для навчання; – інформаційна система «Електронний університет». Навчально-методичне забезпечення становить: – затверджена в установленому порядку освітньо-наукова програма, навчальні плани, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти; – робочі програми з усіх навчальних дисциплін, що містять: програму навчальної дисципліни, заплановані результати навчання, порядок оцінювання результатів навчання, рекомендовану літературу (основну, додаткову), інформаційні ресурси в Інтернеті; – навчально-методичні матеріали до навчальних курсів; – програма педагогічної (викладацької) практики
9 Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Згідно з укладеними договорами із вітчизняними закладами вищої освіти та науковими установами
Міжнародна кредитна мобільність	Згідно з укладеними договорами із закордонними закладами вищої освіти та науковими установами
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	За умови вивчення на достатньому рівні володіння українською мовою

II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент освітньої програми

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (КОП)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Філософія науки	4	іспит	1
ОЗП.02	Психологія, педагогіка та методика викладання у вищій школі	3	залік	2
ОЗП.03	Управління науковими проєктами	3	залік	1
ОЗП.04	Іноземна мова за академічним спрямуванням	4	іспит	1
ОЗП.05	Іноземна мова: іншомовна комунікація	4	іспит	2
Фахова підготовка (ОФП)				
ОФП.01	Digital комунікації в маркетингу	4	іспит	1
ОФП.02	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	4	залік	1
ОФП.03	Стратегічний маркетинг-менеджмент	5	іспит	2
ОФП.04	Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	4	залік	1
ОФП.05	Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств	5	залік	2
ОФП.06	Педагогічна (викладацька) практика	4	диф. залік	4
Загальний обсяг обов'язкових компонент		44		
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
	Вибіркові освітні компоненти 2 семестру*	8	залік**	2
	Вибіркові освітні компоненти 3 семестру*	8	залік**	3
Загальний обсяг вибірових компонент		16		
Загальний обсяг освітньої складової програми		60		
	Підготовка та захист дисертації		публічний захист	8

* перелік освітніх компонент формується здобувачами вищої освіти з університетського каталогу вибірових освітніх компонент (<https://isu1.khmnpu.edu.ua/isu/pub/students/selsubjects.php>)

** кількість заліків буде залежати від числа вибраних здобувачами вищої освіти освітніх компонент у семестрі.

2.2 Логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми

Таблиця структурно-логічних зв'язків компонентів освітньої програми

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Семестр	Пререквізити	Постреквізити
ОЗП.01	Філософія науки	1	вихідна	ОЗП.02, ОЗП.05, ОФП.06, Підготовка та захист дисертації
ОЗП.03	Управління науковими проєктами	1	вихідна	ОФП.03, ОФП.05, Підготовка та захист дисертації
ОЗП.04	Іноземна мова за академічним спрямуванням	1	вихідна	ОЗП.02, ОЗП.05, Підготовка та захист дисертації
ОФП.01	Digital комунікації в маркетингу	1	вихідна	ОЗП.05, ОФП.03, Підготовка та захист дисертації
ОФП.02	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	1	вихідна	ОФП.03, ОФП.05, Підготовка та захист дисертації
ОФП.04	Сучасні методи проведення маркетингових досліджень	1	вихідна	ОЗП.02, ОЗП.05, ОФП.03, ОФП.05, ОФП.06, Підготовка та захист дисертації
ОЗП.02	Психологія, педагогіка та методика викладання у вищій школі	2	ОЗП.01, ОЗП.04, ОФП.04	ОФП.06, Підготовка та захист дисертації
ОЗП.05	Іноземна мова: іншомовна комунікація	2	ОЗП.01, ОЗП.04, ОФП.01, ОФП.04	Підготовка та захист дисертації
ОФП.03	Стратегічний маркетинг-менеджмент	2	ОЗП.03, ОФП.01, ОФП.02, ОФП.04	Підготовка та захист дисертації
ОФП.05	Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств	2	ОЗП.03, ОФП.02, ОФП.04	Підготовка та захист дисертації
ОФП.06	Педагогічна (викладацька) практика	3-4	ОЗП.01, ОЗП.02, ОФП.04	Підготовка та захист дисертації
	Підготовка та захист дисертації	1-8		

Примітка: * Перелік компонентів освітньої програми подається у логічній послідовності їх вивчення у семестрах.

III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту дисертації.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Атестація здобувачів освітнього ступеня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації. Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері сучасного маркетингу або на її межі з іншими спеціальностями, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики. Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті Хмельницького національного університету.

	Дисертація має відповідати іншим вимогам, встановленим законодавством. Обсяг основної частини дисертації (вступ; розділи дисертації; висновки) повинен складати 5-7 друкованих аркушів. До загального обсягу дисертації не включаються таблиці та ілюстрації, які повністю займають площу сторінки.
--	---

IV. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) в університеті відповідає вимогам Європейських стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості вищої освіти (ESG), статті 16 чинного Закону України «Про вищу освіту» (зі змінами). Система внутрішнього забезпечення якості функціонує в Університеті на п'яти організаційних рівнях відповідно до Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у Хмельницькому національному університеті (вебсайт Університету (<https://khmnu.edu.ua/>): розділ «Нормативні документи», рубрика – «Положення», сторінка – «Положення про організацію освітньої діяльності»).

Система внутрішнього забезпечення якості передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників університету та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками університету та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

**V. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньої програми**

	ОЗП.01	ОЗП.02	ОЗП.03	ОЗП.04	ОЗП.05	ОФП.01	ОФП.02	ОФП.03	ОФП.04	ОФП.05	ОФП.06
Інтегральна компетентність											
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Загальні компетентності											
ЗК 1	+		+				+	+			
ЗК 2			+	+	+	+	+	+	+		
ЗК 3			+	+	+	+					
ЗК 4		+	+						+	+	+
Спеціальні (фахові) компетентності											
ФК 1			+						+	+	
ФК 2		+		+	+		+				+
ФК 3		+				+		+	+		+
ФК 4	+	+	+					+			+
ФК 5	+	+	+					+			
ФК 6						+			+	+	
ФК 7						+		+	+		
ФК 8			+		+				+	+	

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

	ОЗП.01	ОЗП.02	ОЗП.03	ОЗП.04	ОЗП.05	ОФП.01	ОФП.02	ОФП.03	ОФП.04	ОФП.05	ОФП.06
ПРН 1	+							+	+	+	
ПРН 2			+						+	+	+
ПРН 3			+			+	+	+			
ПРН 4	+	+						+	+		+
ПРН 5		+	+				+				+
ПРН 6						+		+	+	+	
ПРН 7	+	+	+	+	+		+				+
ПРН 8				+	+	+	+		+	+	
ПРН 9		+									+

VII. Процедура присвоєння професійної кваліфікації

Не присвоюється.

Використані джерела

1 Закон України «Про освіту» (зі змінами) [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

2 Закон «Про вищу освіту» (у редакції від 16.08.2024 р.) [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

3 Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 30.08.2024 р. № 1021 [Електронний ресурс]. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text>

4 Наказ МОН України «Про особливості запровадження змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 року № 1021» від 19.11.2024 р. № 1625 [Електронний ресурс]. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1833-24#Text>

5 Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). [Електронний ресурс]. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text>

6 Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 07.04.2022 №313. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2022/04/08/075-Marketynh-07.04.22-313.pdf>.

7 Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм».

8 Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365).

9 Методичні рекомендації зі складання освітніх програм підготовки здобувачів вищої освіти у ХНУ. [Електронний ресурс]. – URL: <https://msn.khmnua.edu.ua/course/view.php?id=5838>.