

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-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Вид освітньої програми

МАРКЕТИНГ

Назва освітньої програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>ДРУГИЙ (МАГІСТЕРСЬКИЙ)</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>D БІЗНЕС, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ПРАВО</u> Шифр і найменування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>D5 МАРКЕТИНГ</u> Код і найменування
ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>МАГІСТР З МАРКЕТИНГУ</u> Назва

Освітня програма вводиться у дію

з 01 вересня 2025 р.

Наказ від 23. 06. 2025 р. № 57

Ректор

Підпис

Сергій МАТЮХ

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Хмельницький – 2025

ВНЕСЕНО**РОБОЧА ГРУПА**Кафедра маркетингу

Гарант (Керівник робочої групи)

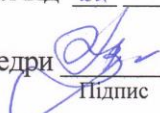
Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА, канд. екон. наук, доц.

Підпис

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

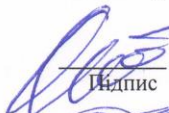
Протокол від 22 04 2025 р. № 11zakryzhevskai@khmnu.edu.ua

E-mail гаранта

Зав. кафедри  Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

Підпис

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Члени робочої групи:Анатолій ТЕЛЬНОВ, д-р. екон. наук, проф.

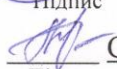
Підпис

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

Віталій КАРПЕНКО, канд. екон. наук, доц.

Підпис

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

Світлана РЕШМІДІЛОВА, канд. екон. наук, доц.

Підпис

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, науковий ступінь, вчене звання

ПОГОДЖЕНО:**Вчена рада факультету економіки і управління**Протокол від 13 травня 2025 р. № 32/25

Голова

вченої ради 

Підпис

Віталій КАРПЕНКО

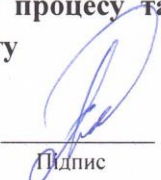
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Навчально-методичний відділЗавідувач 

Підпис

Ірина АНДРОЩУК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Відділ ліцензування, акредитації, моніторингу освітнього процесу та видачі документів про вищу освітуЗавідувач 

Підпис

Ігор АНДРОЩУК

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Відділ забезпечення якості вищої освітиЗавідувач 

Підпис

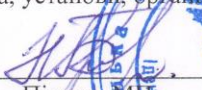
Ганна КРАСИЛЬНИКОВА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Президент Хмельницької торгово-промислової палати

(назва підприємства, установи, організації)


Підпис, МП

Наталія БЄЛЯКОВА

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ



Директор ТОВ «ФУДЗТРЕЙД ЮА»

(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	Другий (магістерський)
Ступінь вищої освіти	Магістр
Форми здобуття освіти	Очна (денна), заочна
Освітня кваліфікація	Магістр з маркетингу
Професійна кваліфікація	Не присвоюється
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – Маркетинг Освітня програма - Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплома та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, обсяг освітньо-професійної програми – 90 кредитів ЄКТС, термін навчання – 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Первинна акредитація планується у 2026-2027 н.р.
Цикл/рівень рамки кваліфікацій	НКР – 7 рівень; FQ-EHEA – другий цикл; EQF LLL – 7 рівень
Гарант освітньої програми (контактна інформація)	Закрижевська Ірина Василівна, кандидат економічних наук, доцент. e-mail: zakryzhevskai@khnmu.edu.ua тел. +38 (097) 973 13 25
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра
Мова(и) викладання	Українська, англійська
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	Вебсайт Університету https://khnmu.edu.ua/op/

2 Мета освітньої програми	
Формування особистості професіонала, який володіє системними знаннями, фаховими компетентностями та креативним мисленням, здатен застосовувати інноваційні підходи та цифрові технології в практичній маркетинговій діяльності і розв'язувати складні нестандартні задачі та проблеми в сфері маркетингу, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог	
3 Характеристика освітньої програми	
Опис предметної області	Галузь знань: D Бізнес, адміністрування та право. Спеціальність: D5 Маркетинг. Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: маркетинг як сучасна концепція 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 та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма
Особливості освітньої програми	Освітня програма ґрунтується на засадах професійної релевантності та спрямована на вивчення сучасних інструментів маркетингу (в т.ч. цифрового), враховує тенденції розвитку маркетингової діяльності, що передбачає перелік дисциплін поглибленої профільної підготовки, які сприяють засвоєнню теоретичних засад та формуванню практичних навичок здобувачів у різних сферах маркетингової діяльності
4 Можливості працевлаштування та подальшого навчання випускників	
Можливості працевлаштування	Випускник освітнього ступеня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу за Національним класифікатором професій ДК 003: 2010: 1233 Директор з маркетингу; директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу; 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; 2419.2 Консультант з маркетингу, рекламіст, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження

	товарного ринку
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих
5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання. Лекції з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, методів проблемного навчання і візуалізації тощо; практичні заняття з використанням кейс-методів, практичних та інтерактивних методів тощо; підготовка та демонстрація презентацій; самостійна робота; консультації; практична підготовка
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною накопичувальною шкалою, яка трансформується в інституційну шкалу та шкалу ЄКТС. Форми контролю: семестрові заліки й іспити; усне та письмове опитування; тестування; оцінювання практичних робіт, захист індивідуальних робіт: рефератів, есе та інших видів самостійних робіт; захист курсової роботи; захист звіту із переддипломної практики. Підсумкова атестація: публічний захист кваліфікаційної роботи
6 Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	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)	ЗК 01. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 02. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 03. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 04. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 05. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 07. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 08. Здатність розробляти проекти та управляти ними
Фахові (спеціальні, предметні) компетентності (ФК)	ФК 01. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК 02. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК 03. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК 04. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК 05. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК 06. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 07. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК 08. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК 09. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та

	прикладні дослідження у сфері маркетингу
Унікальні компетентності, визначені освітньою програмою (УК)	УК 01. Здатність комплексно застосовувати інструменти цифрового маркетингу для просування та продажу товарів/послуг цільовим інтернет-аудиторіям
7 Програмні результати навчання (ПРН)	
ПРН 01. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 02. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 03. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 04. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 05. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. ПРН 06. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 07. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН 08. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 09. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. 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	
Програмні результати навчання, визначені освітньою програмою (ПРН)	
ПРН 16. Комплексно застосовувати інструменти цифрового маркетингу для просування та продажу товарів/послуг цільовим інтернет-аудиторіям, адаптувати до змінних умов та оцінювати їх ефективність в процесі реалізації маркетингової стратегії	
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-	Інформаційне забезпечення становить: – наявність вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань

методичне забезпечення	відповідного або спорідненого спеціальності профілю; – доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю; – офіційний веб-сайт університету, на якому розміщена основна інформація про ліцензії та сертифікати про акредитацію освітньої програми, діяльність, зразки документів про освіту, умови для доступності осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення до приміщень, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація; – інформаційна система "Електронний університет"; – модульне середовище для навчання; – електронна бібліотека університету Навчально-методичне забезпечення становить: – затверджена в установленому порядку освітньо-професійна 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; – програма переддипломної практики; – методичні рекомендації до вивчення дисциплін; – методичні рекомендації до написання курсової роботи; – методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи
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	Можливе навчання українською та англійською мовами

II Перелік компонентів освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонентів освітньої програми

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
Загальна підготовка (ОЗП)				
ОЗП.01	Методологія і організація наукових досліджень	5	залік	1
ОЗП.02	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	5	залік	1
Фахова підготовка (ОФП)				
ОФП.01	Інноваційний маркетинг	5	іспит	1
ОФП.02	Маркетинговий менеджмент	5	іспит	1
ОФП.03	Менеджмент он-лайн продаж	5	іспит	1
ОФП.04	HR-маркетинг	5	іспит	1
ОФП.05	Стратегічний маркетинг	5	іспит	2
ОФП.06	Стратегічний маркетинг (курсова робота)	1	диференційований залік	2
ОФП.07	Переддипломна практика	12	диференційований залік	3
ОФП.08	Кваліфікаційна робота	18	публічний захист	3
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66		
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				
	Вибіркові освітні компоненти 2 семестру*	24	залік**	2
Загальний обсяг вибірових компонент		24		
Загальний обсяг освітньої програми		90		

* перелік освітніх компонент формується здобувачами вищої освіти з університетського каталогу вибірових освітніх компонент, що розміщений в Інформаційній системі Університету (<https://isu1.khmnu.edu.ua/isu/pub/students/selsubjects.php>).

** кількість заліків залежить від вибору здобувачами вищої освіти освітніх компонент вільного вибору.

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	Кореквізити
ОЗП.01	Методологія і організація наукових досліджень	1	вихідна	ОФП.05, ОФП.06, ОФП.07, ОФП.08
ОЗП.02	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	1	вихідна	ОФП.05, ОФП.06, ОФП.07, ОФП.08
ОФП.01	Інноваційний маркетинг	1	вихідна	ОФП.05, ОФП.06, ОФП.07, ОФП.08

Шифр КОП	Компоненти освітньої програми (КОП) (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Семестр*	Пререквізити	Кореквізити
ОФП.02	Маркетинговий менеджмент	1	вихідна	ОФП.05, ОФП.06, ОФП.07, ОФП.08
ОФП.03	Менеджмент он-лайн продаж	1	вихідна	ОФП.05, ОФП.06, ОФП.07, ОФП.08
ОФП.04	HR-маркетинг	1	вихідна	ОФП.05, ОФП.06, ОФП.07, ОФП.08
ОФП.05	Стратегічний маркетинг	2	ОЗП.01, ОЗП.02, ОФП.01, ОФП.02, ОФП.03, ОФП.04	ОФП.07, ОФП.08
ОФП.06	Стратегічний маркетинг (курсова робота)	2	ОЗП.01, ОЗП.02, ОФП.01, ОФП.02, ОФП.03, ОФП.04	ОФП.07, ОФП.08
ОФП.07	Переддипломна практика	3	ОЗП.01, ОЗП.02, ОФП.01, ОФП.02, ОФП.03, ОФП.04, ОФП.05, ОФП.06	ОФП.08
ОФП.08	Кваліфікаційна робота	3	ОЗП.01, ОЗП.02, ОФП.01, ОФП.02, ОФП.03, ОФП.04, ОФП.05, ОФП.06, ОФП.07	—

III Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота передбачає розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена в репозиторії Хмельницького національного університету

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 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

Компетентності	ОЗП.01	ОЗП.02	ОФП.01	ОФП.02	ОФП.03	ОФП.04	ОФП.05	ОФП.06	ОФП.07	ОФП.08
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК 01			+	+	+					+
ЗК 02			+			+			+	+
ЗК 03				+			+	+	+	+
ЗК 04			+				+	+	+	+
ЗК 05		+				+			+	+
ЗК 06	+	+		+			+	+	+	+
ЗК 07			+		+					+
ЗК 08					+					+
ФК 01			+							+
ФК 02				+						+
ФК 03	+						+	+	+	+
ФК 04			+		+	+	+	+		+
ФК 05					+		+	+	+	+
ФК 06				+		+				+
ФК 07				+		+	+	+		+
ФК 08					+					+
ФК 09	+		+				+	+	+	+
УК 01			+		+		+	+	+	+

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

	ОЗП.01	ОЗП.02	ОФП.01	ОФП.02	ОФП.03	ОФП.04	ОФП.05	ОФП.06	ОФП.07	ОФП.08
ПРН1	+		+	+	+					+
ПРН2			+		+	+	+	+		+
ПРН3	+		+				+	+	+	+
ПРН4	+					+	+	+		+
ПРН5	+	+	+		+	+	+	+		+
ПРН6				+		+				+
ПРН7				+			+	+		+
ПРН8		+				+			+	+
ПРН9			+	+		+	+	+		+
ПРН10			+	+	+					+
ПРН11							+	+	+	+
ПРН12				+		+			+	+
ПРН13				+		+				+
ПРН14			+				+	+		+
ПРН15	+	+		+	+		+	+	+	+
ПРН16			+		+		+	+	+	+

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 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>

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

6 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>

6. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 10.07.2019 №960.

[Електронний ресурс]. – URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>.

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

9 Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».

10 Методичні рекомендації до розроблення освітніх програм підготовки фахівців різних рівнів вищої освіти у ХНУ. [Електронний ресурс]. – URL: <https://msn.khmn.u.edu.ua/course/view.php?id=5838>.