**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вчена рада Хмельницького національного університету
протокол від 28 04 2022 № 16

Голова Вченої ради
_____ Микола СКИБА
Підпис Ініціали, прізвище

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**
Вид освітньої програми

**МАРКЕТИНГ**
Назва освітньо-професійної програми

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ** **ДРУГИЙ (МАГІСТЕРСЬКИЙ)**

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ** **075 «МАРКЕТИНГ»**
Код і найменування

**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ** **07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»**
Шифр і назва

**ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ** **МАГІСТР МАРКЕТИНГУ**
Назва

**Освітня програма вводиться у дію**
з 01 09 2022 р.

Наказ від 01 07 2022 № 97

Ректор _____ Сергій МАТЮХ
Підпис Ініціали, прізвище

Хмельницький 2022

**ВНЕСЕНО**

**Кафедра** маркетингу і торговельного підприємництва

Протокол від 11 03 2022 № 9

Зав. кафедри _____ Світлана КОВАЛЬЧУК
Підпис Ініціали, прізвище

**ПРОЄКТНА ГРУПА**

**Гарант (Керівник проєктної групи)**

_____ Світлана КОВАЛЬЧУК, д.е.н., проф.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

**Члени проєктної групи:**

_____ Олівер ОРЛОВ, д.е.н., проф.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

_____ Євгена ЗАБУРМЕХА, к.е.н., доц.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

_____ Віталій НЯНЬКО, к.е.н., доц.
Підпис Ініціали, прізвище, вчений ступінь, звання

## ПОГОДЖЕНО:

| | |
|---|---|
| **Вчена рада факультету** економіки і управління<br><br>Протокол від 22.04 2022 № 6<br><br>Голова вченої ради _____ Микола БОНДАРЕНКО<br>Підпис Ініціали, прізвище | **Навчально-методичний відділ**<br><br>Завідувач _____ Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ<br>Підпис Ініціали, прізвище<br><br>**Навчальний відділ**<br><br>Завідувач _____ Олег САМОЛЮК<br>Підпис Ініціали, прізвище<br><br>**Відділ забезпечення якості вищої освіти**<br><br>Завідувач _____ Ганна КРАСИЛЬНИКОВА<br>Підпис Ініціали, прізвище |

# ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Керівник громадської організації «Українська асоціація маркетингу»
Назва організації (підприємства)

Підпис Ірина ЛИЛИК
Ініціали, прізвище

Президент Хмельницької торгово-промислової палати України
Назва організації (підприємства)

Підпис Наталія БЄЛЯКОВА
Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «ДрімСвіт»
Назва організації (підприємства)

Підпис Юрій КРАВЧУК
Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «Гама-Техніка»
Назва організації (підприємства)

Підпис Ігор СТЕЛЬМАХ
Ініціали, прізвище

Директор ТОВ «ІКЛАВ»
Назва організації (підприємства)

Підпис Костянтин КАРВОВСЬКИЙ
Ініціали, прізвище

Голова студентської ради факультету економіки і управління
Назва

Підпис А. Ващук
Ініціали, прізвищ

# Профіль освітньої програми зі спеціальності
## 075 «Маркетинг»
Код і найменування спеціальності

| 1. Загальна інформація | |
|---|---|
| **Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу** | Хмельницький національний університет<br>Факультет економіки та управління<br>Кафедра маркетингу і торговельного підприємництва |
| **Ступінь вищої освіти** | Магістр |
| **Назва кваліфікації** | Магістр маркетингу |
| **Офіційна назва освітньої програми** | Освітньо-професійна програма «Маркетинг» |
| **Тип диплому та обсяг освітньої програми** | Тип диплому – одиничний.<br>Обсяг освітньої прграми 90 кредитів ЄКТС.<br>Термін навчання – 1,5 роки. |
| **Наявність акредитації** | Акредитаційна комісія України, Україна, 2018, термін дії сертифікату (Серія УД, №23000512, 03.01.2018 ) – до 1 липня 2022 року |
| **Цикл/Рівень програми** | Національна рамка кваліфікацій – 7 рівень;<br>Рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти FQ-EHEA – другий цикл;<br>Європейська рамка кваліфікацій навчання впродовж життя EQF LLL – 7 рівень |
| **Передумови** | Наявність ступеня вищої освіти бакалавра |
| **Мова(и) викладання** | Українська |
| **Термін дії освітньої програми** | 1,5 роки |
| **Інтернет адреса постійного розміщення освітньої програми** | http://www.khnu.km.ua/root/page.aspx?l=0&r=50 |
| **2. Мета освітньої програми** | |
| Формування особистості фахівця, здатного 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. | |
| **3. Характеристика освітньої програми** | |
| **Предметна область** | 07 Управління та адміністрування<br>075 Маркетинг |
| **Орієнтація освітньої програми** | Освітньо-професійна програма. |
| **Основний фокус освітньої програми** | Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, конкуренція, маркетингові дослідження, стратегія, товар, ціна, розподіл, комунікації. |
| **Особливості програми** | Підготовка висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу підприємств сфери торгівлі та послуг на основі інтеграції навчального процесу, виробничого процесу та науки із залученням провідних науковців, спеціалістів-практиків (професіоналів) та інших стейкхолдерів. |
| **4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання** | |
| **Придатність до працевлаштування** | Випускник освітнього рівня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу спеціаліста і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010. Редакція від 25.10.2021. Підстава – v0810930-21) займати первинну посаду за категоріями:<br>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;<br>– Консультатн з ефективності підприємництва;<br>– Консультант з маркетингу;<br>– Консультант з раціоналізації виробництва;<br>– Професіонал з інноваційної діяльності;<br>– Рекламіст;<br>– Фахівець з ефективності підприємництва;<br>– Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог);<br>– Фахівець з раціоналізації виробництва;<br>– Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою;<br>– Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. |

| | |
|---|---|
| **Подальше навчання** | Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти. |
| **5. Викладання та оцінювання** | |
| **Викладання та навчання** | Лекції. Практикуми та практичні заняття в групі. Заняття з розв'язання проблем. Лабораторні заняття. Стажування/практика. Онлайн/електронне навчання. Самостійна робота.<br>За домінуючими методами та способами навчання: пасивні (пояснювально-демонстративні); активні (проблемні, ігрові, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі тощо).<br>За організаційними формами: колективного та інтегративного навчання (кейсів, рольових (ділових) ігор, дебатів, вирішення ситуаційних завдань, тощо).<br>За орієнтацією педагогічної взаємодії: позиційного та контекстного навчання, технологія співпраці. |
| **Оцінювання** | Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль тощо.<br>Форми контролю: усне та письмове опитування, тестовий контроль, захист лабораторних та індивідуальних робіт, доповіді на семінарських заняттях, есе, іспити, підсумкова атестація – публічний захист (демонстрація) кваліфікаційної роботи.<br>Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за чотирибальною шкалою – («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») і вербальною – («зараховано», «незараховано») |
| **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)** | ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.<br>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).<br>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.<br>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.<br>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.<br>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.<br>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.<br>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. |
| **Фахові компетентності (ФК)** | ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.<br>ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.<br>ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.<br>ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.<br>ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.<br>ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.<br>ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.<br>ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.<br>ФК9.Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. |
| **7. Програмні результати навчання (ПРН)** | |
| ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.<br>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.<br>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.<br>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.<br>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів | |

державною та іноземною мовами.
ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9. 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, проектів 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.

| **8. Ресурсне забезпечення реалізації програми** | |
|---|---|
| **Кадрове забезпечення** | Доктори наук, професори – 2 особи (25%), кандидати наук, доценти – 6 осіб (75%). Всі викладачі мають рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог. Для організації зв'язку з реальним виробництвом до викладання деяких дисциплін залучаються фахівці з реального сектору маркетингу, торгівлі та послуг. |
| **Матеріально-технічне забезпечення** | Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів для фактичного контингенту студентів становить 6,4 $м^2$ (при навчанні у дві зміни), що відповідає рекомендованим показникам розрахункової площі навчальних закладів. Кількість лекційних аудиторій, аудиторій для проведення практичних, лабораторних занять, навчально-виховних заходів, достатня для здійснення освітньої діяльності. Лекційні аудиторії оснащені мультимедійним обладнанням. |
| **Інформаційне та навчально-методичне забезпечення** | Наявність:<br>- українських та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю у бібліотеці (у тому числі в електронному вигляді);<br>- офіційного веб-сайту ХНУ, на якому розміщена основна інформація про організацію навчального процесу;<br>- модульного середовища для навчання MOODLE;<br>- електронної бібліотеки університету;<br>- освітньої програми, навчального плану, робочих програм з усіх навчальних дисциплін навчального плану;<br>- програм з усіх видів практичної підготовки та підсумкової атестації;<br>- методичних вказівок до виконання лабораторних та практичних робіт, курсового та дипломного проектування. |
| **9. Академічна мобільність** | |
| **Національна кредитна мобільність** | На основі двосторонніх договорів між ХНУ та закладами вищої освіти України:<br>Хмельницький університет економіки і підприємництва;<br>Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут;<br>Херсонський національний технічний університет;<br>Херсонський державний аграрно-економічний університет;<br>Запорізький національний університет;<br>Дніпровський державний аграрно-економічний університет;<br>Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця;<br>Черкаський державний технологічний університет. |
| **Міжнародна кредитна мобільність** | Програми Подвійного Диплому із навчальними закладами Польщі:<br>– Краківською політехнікою ім.Т.Костюшка, www.pk.edu.pl<br>– Люблінським технічним університетом, www.pollub.pl/<br>– Свєнтокшиською політехнікою в Кєльцах. www.tu.kielce.pl |
| **Навчання іноземних здобувачів вищої освіти** | Не здійснюється. |

## II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

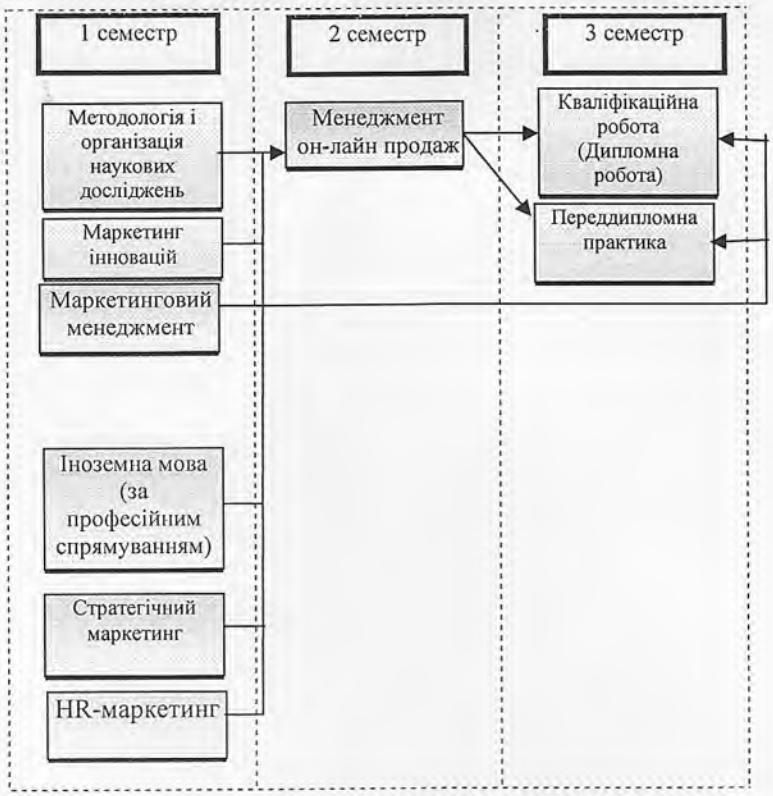
### 2.1. Перелік компонент освітньої програми

| Шифр КОП | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, 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 | іспит | 1 |
| ОЗП 02 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | 5 | залік | 1 |
| **Професійна підготовка (ОПП)** | | | | |
| ОПП 01 | Маркетинг інновацій | 5 | іспит | 1 |
| ОПП 02 | Маркетинговий менеджмент | 5 | іспит | 1 |
| ОПП 03 | Стратегічний маркетинг | 5 | іспит, КР | 1 |
| ОПП 04 | HR-маркетинг | 5 | залік | 1 |
| ОПП 05 | Менеджмент он-лайн продаж | 6 | іспит, КР | 2 |
| ОПП 06 | Переддипломна практика | 15 | залік | 3 |
| ОПП 07 | Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) | 15 | ДР | 3 |
| **Загальний обсяг обов'язкових компонент** | | 66 | | |
| **ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ** | | | | |
| | Вибіркові дисципліни 2 семестру* | 24 | заліки | 2 |
| **Загальний обсяг вибіркових компонент** | | 24 | | |
| **Загальний обсяг освітньої програми** | | 90 | | |

* перелік освітніх компонентів формується Здобувачами вищої освіти з університетського каталогу дисциплін вільного вибору

### 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми

Структурно-логічна схема підготовки визначає процес реалізації ОП, тобто короткий опис логічної послідовності вивчення компонент ОП. Структурно-логічну схему представлено у вигляді графа 2.2.1 та таблиці 2.2.1.




2.2.1 – Структурно-логічна схема

**Таблиця 2.2.1 – Структурно-логічна послідовність вивчення компонентів освітньої програми (пререквізити, кореквізити)**

| Шифр КОП | Компоненти освітньої програми | Семестр | Пререквізити | Кореквізити |
|---|---|---|---|---|
| **ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ** | | | | |
| **Загальна підготовка (ОЗП)** | | | | |
| ОЗП.01 | Методологія і організація наукових досліджень | 1 | – | ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж<br>ОПП 06 Переддипломна практика<br>ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |
| ОЗП.02 | Іноземна мова (за професійним спрямуванням) | 1 | – | ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж<br>ОПП 06 Переддипломна практика<br>ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |
| **Професійна підготовка (ОПП)** | | | | |
| ОПП.01 | Маркетинг інновацій | 1 | – | ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж<br>ОПП 06 Переддипломна практика<br>ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |
| ОПП.02 | Маркетинговий менеджмент | 1 | – | ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж<br>ОПП 06 Переддипломна практика<br>ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |
| ОПП.03 | Стратегічний маркетинг | 1 | – | ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж<br>ОПП 06 Переддипломна практика<br>ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |
| ОПП.04 | HR-маркетинг | 1 | – | ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж<br>ОПП 06 Переддипломна практика<br>ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |
| ОПП.05 | Менеджмент он-лайн продаж | 2 | ОЗП.01 Методологія і організація наукови досліджень<br>ОЗП.02 Іноземна мова (за професійни спрямуванням)<br>ОПП.01 Маркетинг інновацій<br>ОПП.02 Маркетинговий менеджмент<br>ОПП.03 Стратегічний маркетинг<br>ОПП.04 HR-маркетинг | ОПП 06 Переддипломна практика<br>ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |

Кінець таблиці 2.2.1

| Шифр КОП | Компоненти освітньої програми | Семестр | Пререквізити | Кореквізити |
|---|---|---|---|---|
| ОПП.06 | Переддипломна практика | 3 | ОЗП.01 Методологія і організація наукови досліджень<br>ОЗП.02 Іноземна мова (за професійни спрямуванням)<br>ОПП.01 Маркетинг інновацій<br>ОПП.02 Маркетинговий менеджмент<br>ОПП.03 Стратегічний маркетинг<br>ОПП.04 HR-маркетинг<br>ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж | ОПП 07 Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) |
| ОПП.07 | Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) | 3 | ОЗП.01 Методологія і організація наукови досліджень<br>ОЗП.02 Іноземна мова (за професійни спрямуванням)<br>ОПП.01 Маркетинг інновацій<br>ОПП.02 Маркетинговий менеджмент<br>ОПП.03 Стратегічний маркетинг<br>ОПП.04 HR-маркетинг<br>ОПП 05 Менеджмент он-лайн продаж<br>ОПП 06 Переддипломна практика | – |

## III. Форми атестації здобувачів вищої освіти

| | |
|---|---|
| **Форми атестації здобувачів вищої освіти** | Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи (дипломної роботи). |
| **Вимоги до кваліфікаційної роботи** | Кваліфікаційна робота (дипломна 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.<br>Кваліфікаційна робота (дипломна робота) не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.<br>Кваліфікаційна робота (дипломна робота) має бути оприлюднена на офіційному сайті кафедри маркетингу і торговельного підприємництва або розміщена в репозитарії Хмельницького національного університету. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства. |

## 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, що розміщене в рубриці «Публічна інформація» (Режим доступу : http://khnu.km.ua/root/files/01/06/03/024.pdf).

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

| | ОЗП01 | ОЗП02 | ОПП01 | ОПП02 | ОПП03 | ОПП04 | ОПП05 | ОПП06 | ОПП07 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ІК | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| ЗК01 | + | | | | | | + | + | + |
| ЗК02 | | + | + | | | | | + | + |
| ЗК03 | | | | | + | | | + | + |
| ЗК04 | | | | | + | | | + | + |
| ЗК05 | | | + | | | | | + | + |
| ЗК06 | + | | + | + | | | | + | + |
| ЗК07 | | | + | | + | + | + | + | + |
| ЗК08 | + | | | | | + | + | + | + |
| ФК01 | | | | + | | | | + | + |
| ФК02 | | | | | | + | | + | + |
| ФК03 | | | | + | | + | | + | + |
| ФК04 | | | + | | | | + | + | + |
| ФК05 | | | | | | + | | + | + |
| ФК06 | | | | | + | | | + | + |
| ФК07 | | | | | + | + | | + | + |
| ФК08 | | | | | + | | | + | + |
| ФК09 | + | | + | | | | | + | + |

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

| | ОЗП01 | ОЗП02 | ОПП01 | ОПП02 | ОПП03 | ОПП04 | ОПП05 | ОПП06 | ОПП07 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ПРН01 | | | + | + | | | + | + | + |
| ПРН02 | | | + | + | | | + | + | + |
| ПРН03 | + | | + | | | | | + | + |
| ПРН04 | | | + | | | + | | + | + |
| ПРН05 | | + | | | | | | + | + |
| ПРН06 | | | | | + | | | + | + |
| ПРН07 | + | | | | | + | | + | + |
| ПРН08 | | + | + | | + | | | + | + |
| ПРН09 | | | | | + | | | + | + |
| ПРН10 | | | | | | | + | + | + |
| ПРН11 | | | + | | | + | | + | + |
| ПРН12 | | | | | | + | | + | + |
| ПРН13 | | | | + | + | | | + | + |
| ПРН14 | | | | + | + | + | | + | + |
| ПРН15 | | + | | | + | + | + | + | + |

## Використані джерела


1. Закон України "Про освіту" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19.
2. Закон "Про вищу освіту"(зі змінами). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text.
3. Національний глосарій 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/glossariy_Visha_osvita_2014_tempus-office.pdf .
4. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010. – К. : Видавництво "Соцінформ", 2010.
5. Національна рамка кваліфікацій (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 25 червня 2020 р. № 519). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/519-2020-%D0%BF#Text.
6. Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. Постанова КМУ від 29.04.2015 № 266 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF.
7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності». Документ № 1187-2015-п. Редакція від 20.06.2021р. Підстава – 365-2021-п. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п#Text.
8. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///D:/Users/Dell/Downloads/BolonskyiProcessNewParadigmHE.pdf.
9. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya/osv_ program_2014_ tempus-office.pdf.
10. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ від 10.07.2019 №960.
11. Таланова Ж.В. Підходи до розроблення галузевих рамок кваліфікацій в Європейському просторі вищої освіти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://212.111.196.8:8081/dlc/24_25102013/talanova.pdf.
12. Довідник клористувача ЄКТС 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tnpu.edu.ua/include/.pdf .
13. Зміст освіти у вищих навчальних закладах [Електронний ресурс]: http://pidruchniki.com/18421120/pedagogika/zmist_osviti_vischih_navchalnih_zakladah.
14. Гризун Л. Е. Формування змісту вищої професійної освіти за умов сучасних освітніх тенденцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.google.com/search?qutf-8&oe=utf-8&client=firefox-b.
15. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 30.04.2020 № 584).
16. Рашкевич Ю.М. Методичні рекомендації щодо опису освітньої програми в контексті нових стандартів вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=Yvg5QleJNUU.
17. Наказ МОНУ від 11.07.2019 № 977 «Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти».
18. Лист МОНУ від 05.06.2018 № 1/9-377 «Щодо надання роз'яснень стосовно освітніх програм».
19. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».