



Національний університет
водного господарства
та природокористування

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

Другого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: Магістр маркетингу



**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ НУВГП**

Голова вченої ради

В.С. Мошинський

Протокол № 7 від «05» листопада 2024 р.

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2024 р.

Ректор В.С. Мошинський

(наказ № 544 від 29 листопада 2024 р.)

Рівне 2024 р.



**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
ПІДГОТОВКИ МАГІСТРА ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
075 «МАРКЕТИНГ»**

1. РОЗГЛЯНУТО

*На засіданні кафедри маркетингу ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 12 від 07 червня 2024 р.*

2. СХВАЛЕНО

*Науково-методичною радою з якості ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 14 від 10 червня 2024 р.*

3. СХВАЛЕНО

*Вченою радою ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 15 від 27 червня 2024 р.*

4. ПОГОДЖЕНО

*Проректор з науково-педагогічної
та навчальної роботи _____ В.С. Сорока*

*Завідувач навчально-методичного
відділу _____ Н.С. Ковальчук*



ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.) проектною групою спеціальності 075 Маркетинг Національного університету водного господарства і природокористування у складі:

Мартинюк Оксана Володимирівна, к.е.н., доцентка, доцентка кафедри маркетингу НУВГП- керівниця проектної групи (гарант програми).

Мальчик Мар'яна Василівна, д.е.н., професорка, завідувачка кафедри маркетингу НУВГП.

Попко Олена Володимирівна, д.е.н., професорка, професорка кафедри маркетингу НУВГП.

Толчанова Зоя Олексіївна, к.е.н., доцентка, доцентка кафедри маркетингу НУВГП.

Оплачко Ірина Олександрівна, к.е.н., доцентка, доцентка кафедри маркетингу НУВГП.

Стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:

1. **Савіна Наталія Борисівна** – проректорка з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування, докторка економічних наук, професорка.

2. **Ковшун Наталія Едуардівна** – директорка Навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного університету водного господарства та природокористування, докторка економічних наук, професорка.

3. **Дейнега Інна Олександрівна** – завідувачка кафедри економіки та управління бізнесом Рівненського державного гуманітарного університету, докторка економічних наук, професорка.

4. **Лялюк Алла Миколаївна** – доцентка кафедри маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки, гарант ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня, кандидатка економічних наук, доцентка.

5. **Вакулка Олександр Олександрович**, заступник директора з маркетингу НВФ «Продекологія».

6. **Ботвінчук Анна Володимирівна**, керівниця маркетингово-аналітичного відділу ТОВ «Реноме-Комфорт».



I. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет водного господарства і природокористування, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр, магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг» (ID 669)
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний. Обсяг освітньої програми: 90 кредитів ЄКТС. Строк навчання 1 роки 4 місяці;
Наявність акредитації	Сертифікат акредитації освітньої програми НД-IV 2472, дійсний до 01.07.2027р.
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ – ENEA – другий цикл, EQF – LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До завершення повного циклу навчання (два роки)
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://ep3.nuwm.edu.ua/10944/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є формування 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 в середовищі інновацій, діючи на випередження, а не підлаштовуючись під існуючу кон'юнктуру.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг • <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення



	<p>проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетинг.• <i>Методи, методика та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методика та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.• <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією.</p> <p>Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проєктну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях, що породжує інтелект і впливає на розвиток та гармонізацію суспільства.</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Спеціальна фахова освіта у сфері маркетингу з орієнтацією на запити регіональних суб'єктів ринкових відносин у бізнес-середовищі.</p> <p>Ключові слова: ринок, потреби споживача, аналіз ринку, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, цінова політика, реклама, маркетингові рішення, цифровий маркетинг, соціальна відповідальність бізнесу, маркетингові проєкти, інноваційні стартап-проєкти, сталий розвиток.</p>
Особливості програми	<p>Програма охоплює освітні компоненти, які поєднують теоретичні та практичні аспекти маркетингової діяльності регіональних суб'єктів ринкових відносин з урахуванням швидкої діджиталізації та мінливих умов і вимог бізнес-середовища. Вона спрямована на</p>

інноваційне економічне зростання учасників бізнес-процесів, враховуючи цілі сталого розвитку та кадрові запити регіону. Програма формує фахівців з новим інноваційним мисленням, здатних ефективно застосовувати сучасні методи та інструменти маркетингу при бізнес-взаємодії різних суб'єктів ринкових відносин. Вона акцентує увагу на глибокому вивченні стратегічного маркетингового управління, з особливим наголосом на соціально й екологічно відповідальному споживанні. Особливу увагу приділено сучасним методам викладання освітніх компонент, що розширює можливості професійної реалізації випускників. Програма передбачає практику на різних суб'єктах господарювання. Також акцент зроблено на безпекових аспектах маркетингової діяльності в контексті соціальної відповідальності, що підвищує здатність здобувачів адаптуватися і діяти в умовах сучасної ситуації в країні та у подальшій професійній діяльності.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування

Випускник освітнього ступеня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу фахівця і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями:

1233 Директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу

1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю)

1314 Директор (керівник) малої торговельної фірми

1314 Комерсант

1317 Керуючий агентством (торговельним, рекламним)

1475 Менеджер (управитель) з маркетингу

1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки

1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління

1475.4 Менеджер з маркетингу, логістики, постачання, збуту, із зв'язків з громадськістю


1476.1 Менеджер (управитель) з реклами

2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва,



	<p>інтелектуальної власності та інноваційної діяльності 2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2441.2 Економіст із ціноутворення 3415 Агент/ Агент комерційний / Агент торговельний / Комівояжер / Мерчендайзер / Представник торговельний / Торговець комерційний 3429 Агент рекламний, представник з реклами, торговець (обслуговування бізнесу та реклами); агент рекламний</p>
Подальше навчання	<p>Можливе продовження навчання на за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання, дистанційне навчання за допомогою системи Moodle. Лекційні заняття мають інтерактивний науково-пізнавальний характер. Практичні заняття проводяться в малих групах, поширеними є ситуаційні завдання, ділові ігри, підготовка презентацій з використанням сучасних програмних засобів, упровадження інформаційно-комунікаційних технологій на основі мережі Інтернет. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється через модульний формат навчання та використання електронних підручників та методичних вказівок. Акцент робиться на особистому саморозвитку, груповій роботі, умінні презентувати результати навчання, що сприятиме формуванню розуміння потреби й готовності до продовження самоосвіти протягом життя.</p>
Оцінювання	<p>Внутрішня система оцінювання знань здобувачів вищої освіти проводиться відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування (введено в дію наказом ректора НУВГП 11.12.2023 № 803).</p>
6 – Програмні компетентності	



Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
 Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК10. Здатність імплементувати фундаментальні закономірності безпечних, ресурсо-зберігаючих і



екологічно-дружніх технологій в маркетингову діяльність господарюючих суб'єктів.
СК11. Здатність діагностувати та оцінювати екологічні умови та їх структурно-динамічні зміни на усіх етапах обґрунтування маркетингових рішень.

7 – Програмні результати навчання

- ПРН1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого

програмного забезпечення.

ПРН16. Проводити маркетингову діяльність у відповідності до вимог системи екологічного управління відповідно міжнародним стандартам якості та безпеки.

ПРН17. Враховувати ступінь релевантності наявних або прогнозованих екологічних умов щодо захисту, збереження та відтворення навколишнього природного середовища в маркетинговому менеджменті.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Відповідно ліцензійних вимог, затверджених постановою Кабінету міністрів України від 30 грудня 2015р. № 1187 "Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти". Специфічні характеристики кадрового забезпечення наведені у Ліцензійній справі.

Навчально-виховний процес в університеті здійснюється висококваліфікованим професорсько-викладацьким складом, здатним проводити навчання та виховання студентів на рівні сучасних вимог. Професійно-орієнтована підготовка студентів виконується на випусковій кафедрі маркетингу.

Матеріально- технічне забезпечення

Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Для забезпечення навчального процесу наявна спеціалізована навчально-наукові аудиторія кафедри маркетингу та інших кафедр. Інструменти та обладнання: комп'ютерна техніка для опрацювання отриманих на практичних заняттях даних, реалізації мультимедійних засобів навчання, пошуку та аналізу інформації в мережі Internet.

У ЗВО НУВГП є локальна комп'ютерна мережа. Користування Інтернет-мережею безлімітне. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення Передбачено використання авторських

**Інформаційне та
навчально-
методичне
забезпечення**

Передбачено використання авторських розробок професорсько-викладацького складу. Офіційний веб-сайт <http://www.nuwm.edu.ua> містить інформацію про навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Всі зареєстровані в ЗВО НУВГП користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені на внутрішній електронній мережі. Для проведення інформаційного пошуку та обробки результатів є спеціалізовані комп'ютерні класи, де наявне спеціалізоване програмне забезпечення та необмежений відкритий доступ до мережі Інтернет.

Інформаційне забезпечення:

- цифровий репозиторій НУВГП:

<http://ep3.nuwm.edu.ua/view/creators/index.==041D.html>;

- Наукова бібліотека НУВГП: <https://lib.nuwm.edu.ua/>;

- доступ до електронних журналів;

- доступ до електронних бібліотечних ресурсів світу.

9 – Академічна мобільність

**Національна
кредитна
мобільність**

Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки. До керівництва науковою роботою здобувачів можуть бути залучені провідні фахівці університетів України на умовах індивідуальних договорів. Допускається перезарахування кредитів, отриманих у інших університетах України, за умови відповідності їх набутих компетентностей.

**Міжнародна
кредитна
мобільність**

На основі двосторонніх договорів між ЗВО НУВГП та навчальними закладами країн-партнерів.

**Навчання іноземних
здобувачів вищої
освіти**

Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою. Центр міжнародного співробітництва та освіти НУВГП: <https://nuwm.edu.ua/struktturni-pidrozdili/crismv>.



II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (освітні компоненти, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОПШ			
ЗП 1	Іноземна мова професійного спілкування	3	екзамен
ЗП 2	Психолого-педагогічні основи професійної діяльності	3	залік
ЗП 3	Методологія наукових досліджень	3	залік
ЗП 4	Соціальна відповідальність	4	екзамен
ПП1	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ПП2	Цифровий бізнес	3	залік
ПП3	Логістичний менеджмент	5	екзамен
ПП4	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ПП5	Міжнародний маркетинг	4	залік
ПП6	Бренд-менеджмент	4	екзамен
ПП7	Виробнича переддипломна практика	15	залік
ПП8	Кваліфікаційна робота	15	екзамен
	Всього	67	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК1	Спецкурс за вибором	6	залік
ВК2.1	Маркетинг відносин	4	залік
ВК2.2	Менеджмент		

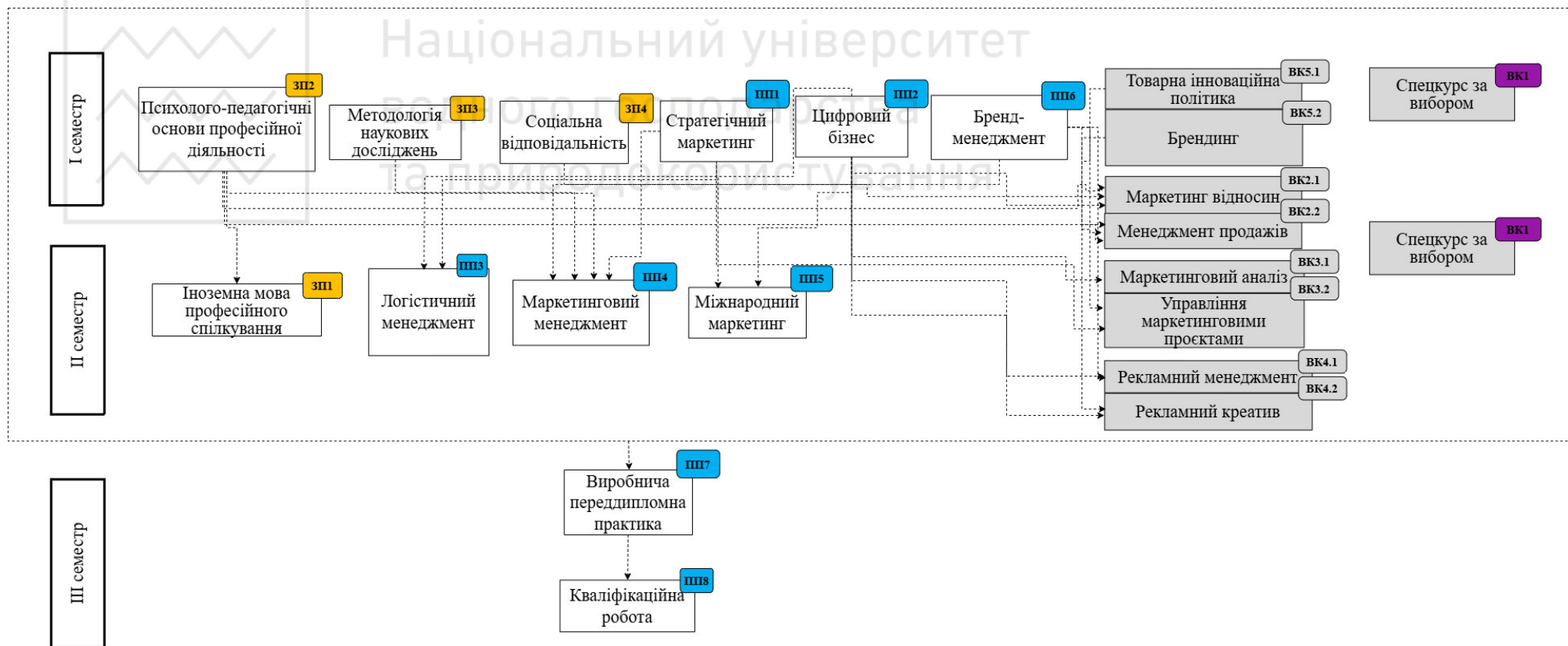


	продажів		
ВК3.1	Маркетинговий аналіз	4	залік
ВК3.2	Управління маркетинговими проектами		
ВК4.1	Рекламний менеджмент	5	екзамен
ВК4.2	Рекламний креатив		
ВК5.1	Товарна інноваційна політика	4	екзамен
ВК5.2	Брендинг		
	Всього	23	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» є складовою освітньої програми, що визначає логічну послідовність вивчення освітніх компонент, а також погодження їх змісту за темами в часі. Розроблена для другого (магістерського) рівня вищої освіти згідно з кваліфікаційними вимогами до видів професійної діяльності. Структурно-логічна схема підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» сформована з урахуванням взаємозв'язку між освітніми компонентами, практикою і підсумковою атестацією другого (магістерського) рівня вищої освіти.

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»





III. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>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.</p> <p>Кваліфікаційна робота перевіряється на вміст академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота оприлюднюється на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозиторії.</p> <p>Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

IV. Матриці відповідностей компонентів освітньої програми

Таблиця 4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.

Таблиця 4.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньої програми.

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ЗП 1	ЗП 2	ЗП 3	ЗП 4	ПП 1	ПП 2	ПП 3	ПП 4	ПП 5	ПП 6	ПП 7	ПП 8
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК1	+	+	+	+				+				
ЗК2		+										+
ЗК3	+		+					+				
ЗК4	+	+										
ЗК5		+		+				+				
ЗК6	+		+						+			
ЗК7				+							+	
ЗК8					+			+		+		+
СК1			+				+		+		+	
СК2			+				+		+		+	+
СК3			+			+						+
СК4					+	+				+		
СК5											+	+
СК6				+	+	+		+		+		
СК7					+		+			+		
СК8				+		+		+				+
СК9									+			+
СК10					+		+					
СК11					+						+	

Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними
компонентами освітньої програми

	ЗП 1	ЗП 2	ЗП 3	ЗП 4	ПП 1	ПП 2	ПП 3	ПП 4	ПП 5	ПП 6	ПП 7	ПП 8
ПРН1	+					+		+		+	+	
ПРН2	+		+		+	+						
ПРН3		+	+		+			+			+	
ПРН4					+		+			+		
ПРН5	+			+		+			+			+
ПРН6		+	+		+			+	+	+		
ПРН7			+						+		+	
ПРН8		+		+			+					+
ПРН9			+				+		+		+	
ПРН10						+		+				+
ПРН11			+		+						+	+
ПРН12					+			+		+		
ПРН13		+						+				+
ПРН14							+		+	+		
ПРН15			+			+					+	+
ПРН16				+			+		+			
ПРН17				+				+				



V. Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Закон України «Про освіту». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Закон України «Про вищу освіту». URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» №1341 від 23.11.2011 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
4. Рівні Національної рамки кваліфікацій. URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/nacionalnaramka-kvalifikacij/rivni-nacionalnoyi-ramki-kvalifikacij>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про утворення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти» №244 від 15.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/244-2015-п>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №266 від 29.04.2015 р. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
7. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
8. Класифікатор професій ДК 003:2010. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
9. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. Постанова КМУ від 30 грудня 2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 23 травня 2018 р. № 347). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF>
10. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. Наказ МОНУ від 01.06.2017 № 600 (у редакції наказу МОНУ від 21.12.2017 № 1648). URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
11. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ № 960. від 10.07.2019
12. Лист МОНУ від 28.04.2017 № 1/9-239 Лист МОНУ від 8.04.2017 № 1/9-239 «Зразок освітньо-професійної програми для першого та другого рівнів вищої освіти».

**Гарант освітньої програми,
к.е.н., доц. О.В. Мартинюк**