

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та природокористування

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 – Маркетинг
галузі знань D – Бізнес, адміністрування та право
Кваліфікація: магістр маркетингу



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ НУВГП

Голова вченої Ради

В.С. Мошинський

(протокол № 7 від «04» 04 2025 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2025 р.

Ректор

В.С. Мошинський

(наказ № 482 від «22» 04 2025 р.)

Рівне-2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
ПІДГОТОВКИ МАГІСТРА ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
D5 «Маркетинг»

1. РОЗГЛЯНУТО

*На засіданні кафедри маркетингу ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 16 від 09 червня 2025 р.*

2. СХВАЛЕНО

*Науково-методичною радою з якості ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 11 від 19 червня 2025 р.*

3. СХВАЛЕНО

*Вченою радою ННІ економіки та менеджменту
Протокол № 14 від 20 червня 2025 р.*

4. ПОГОДЖЕНО

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

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

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який визначає нормативні, кваліфікаційні, організаційні вимоги, навчально-методичні підходи зміст та структуру підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти у галузі D – Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 – Маркетинг.

Освітньо-професійна програма розроблена на підставі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.).

Розроблено робочою групою у складі:

***Пастушенко Оксана Володимирівна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу НУВГП- керівник проектної групи (гарант програми).*

***Мальчик Мар'яна Василівна**, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу НУВГП.*

***Попко Олена Володимирівна**, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу НУВГП.*

***Толчанова Зоя Олексіївна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу НУВГП.*

***Оплачко Ірина Олександрівна**, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу НУВГП.*

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. ***Глинський Назар Юрійович*** – завідувач кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка», доктор економічних наук, професор.

2. ***Лирик Ірина Вікторівна*** – Президент ГО «Українська асоціація маркетингу», к.е.н., доцент кафедри маркетингу ім. А.Ф. Павленка Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана.

3. ***Карпенко Наталія Володимирівна*** - д.е.н., професор кафедри маркетингу Полтавського університету економіки і торгівлі, експерт НАЗЯВО.

4. ***Вакулка Олександр Олександрович*** - заступник директора з маркетингу НВФ «Продекологія».

5. ***Ковшун Наталія Едуардівна*** – директор навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного університету водного господарства та природокористування, доктор економічних наук, професор.

6. ***Савіна Наталія Борисівна*** – проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування, доктор економічних наук, професор.

Доцільність внесення змін до освітньо-професійної програми та їх зміст обговорено на засіданні кафедри маркетингу НУВГП, за участі робочої групи із залученням стейкхолдерів (роботодавців, здобувачів вищої освіти, випускників Університету) (протокол № 16 від «9» червня 2025 р.).

І. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності D5 – Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет водного господарства та природокористування Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр, магістр маркетингу
Галузь знань	D – Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 – Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг (ID 81528)
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний. Обсяг освітньої програми: 90 кредитів ЄКТС. Строк навчання 1 рік 4 місяці;
Наявність акредитації	Сертифікат акредитації освітньої програми НД-IV 12613, дійсний до 01.07.2027р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ – ENEA – другий цикл, EQF – LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	1 рік 4 місяці
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Електронний репозиторій Національного університету водного господарства та природокористування: https://ep3.nuwm.edu.ua/32264/
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: D – Бізнес, адміністрування та право Спеціальність: D5 – Маркетинг Освітня програма: 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 проблем і розв’язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. • <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, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики 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	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. 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.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна фахова освіта у сфері маркетингу з орієнтацією на запити регіональних суб'єктів ринкових відносин у бізнес-середовищі. 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 проекти, інноваційні стартап-проекти, сталий розвиток.
Особливості програми	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 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	Згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України ДК 003:2010 професіонали, які здобули освіту за освітньо-професійною програмою «Маркетинг», можуть обіймати наступні первинні посади: 1233 Керівники підрозділів маркетингу (директора з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу)). 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з

	громадськістю. 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 1475.4 Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Можливе продовження навчання за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти; підвищення кваліфікації; академічної мобільності.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	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 впродовж життя.
Оцінювання	Внутрішня система оцінювання знань здобувачів вищої освіти проводиться відповідно до «Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти (нова редакція)» (введено в дію наказом ректора НУВГП від 27.03.2023 № 186; «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування (нова редакція)» (введено в дію наказом ректора НУВГП 11.12.2023 №803; «Порядку організації контролю та оцінювання навчальних досягнень студентів у європейській кредитно-трансферній системі (ЄКТС)», «Засобів діагностики якості вищої освіти бакалавра», «Системи оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти (семестровий поточний контроль) зі

	змiнами та доповненнями».
6 – Програмнi компетентностi	
iнтегральна компетентнiсть	Здатнiсть розв'язувати складнi задачi i проблеми в сферi маркетингу в професiйнiй дiяльностi або у процесi навчання, що передбачає проведення дослiджень та/або здiйснення iнновацiй та характеризується невизначенiстю умов i вимог.
Загальнi компетентностi (ЗК)	ЗК1. Здатнiсть приймати обґрунтованi рiшення. ЗК2. Здатнiсть генерувати новi iдеї (креативнiсть). ЗК3. Здатнiсть оцiнювати та забезпечувати якiсть виконуваних робiт. ЗК4. Здатнiсть до адаптацiї та дiї в новiй ситуацiї. ЗК5. Навички мiжособистiсної взаємодiї. ЗК6. Здатнiсть до пошуку, оброблення та аналізу iнформацiї з рiзних джерел. ЗК7. Здатнiсть виявляти iнiцiативу та пiдприємливiсть. ЗК8. Здатнiсть розробляти проекти та управляти ними.
Спецiальнi (фаховi) компетентностi	СК1. Здатнiсть логiчно i послiдовно вiдтворювати та застосовувати знання з найновiших теорiй, методiв i практичних прийомiв маркетингу. СК2. Здатнiсть коректно iнтерпретувати результати останнiх теоретичних дослiджень у сферi маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатнiсть до проведення самостiйних дослiджень та iнтерпретацiї їх результатiв у сферi маркетингу. СК4. Здатнiсть застосовувати творчий пiдхiд до роботи за фахом. СК5. Здатнiсть до дiагностування маркетингової дiяльностi ринкового суб'єкта, здiйснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатнiсть обирати i застосовувати ефективнi засоби управлiння маркетинговою дiяльнiстю ринкового суб'єкта на рiвнi органiзацiї, пiдроздiлу, групи, мережi. СК7. Здатнiсть розробляти i аналізувати маркетингову стратегiю ринкового суб'єкта та шляхи її реалiзацiї з урахуванням мiжфункцiональних зв'язкiв. СК8. Здатнiсть формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцiнювати результативнiсть i ефективнiсть її функцiонування. СК9. Здатнiсть здiйснювати на належному рiвнi теоретичнi та прикладнi дослiдження у сферi 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 обґрунтовування 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. В НУВГП є локальні комп'ютерні мережі. з доступом до мережі Інтернет.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Здобувачі вищої освіти забезпечені доступом до Інтернет-ресурсів та можливістю використання пакетів спеціалізованих прикладних програм, аудиторій оснащених сучасними засобами навчання. Передбачено використання авторських розробок професорсько-викладацького складу. Інформацію про навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти розміщено на офіційному веб-сайті http://www.nuwm.edu.ua. Інформаційне забезпечення: - цифровий репозиторій НУВГП: http://ep3.nuwm.edu.ua; - Наукова бібліотека НУВГП: https://nuwm.edu.ua/activity/science/naukova-biblioteka/; - доступ до електронних журналів; - доступ до електронних бібліотечних ресурсів світу. Навчально-методичне забезпечення представлено в: - цифровому репозиторії НУВГП (http://ep3.nuwm.edu.ua); - системі Moodle – https://exam.nuwm.edu.ua/; Здобувачі вищої освіти мають доступ до електронного навчального середовища Moodle: https://exam.nuwm.edu.ua/. За необхідності проведення заняття в дистанційній формі використовується платформа https://meet.google.com/_meet.
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. В університеті функціонує Центр міжнародного співробітництва та освіти НУВГП.

II. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1.Перелік компонент освітньої програми

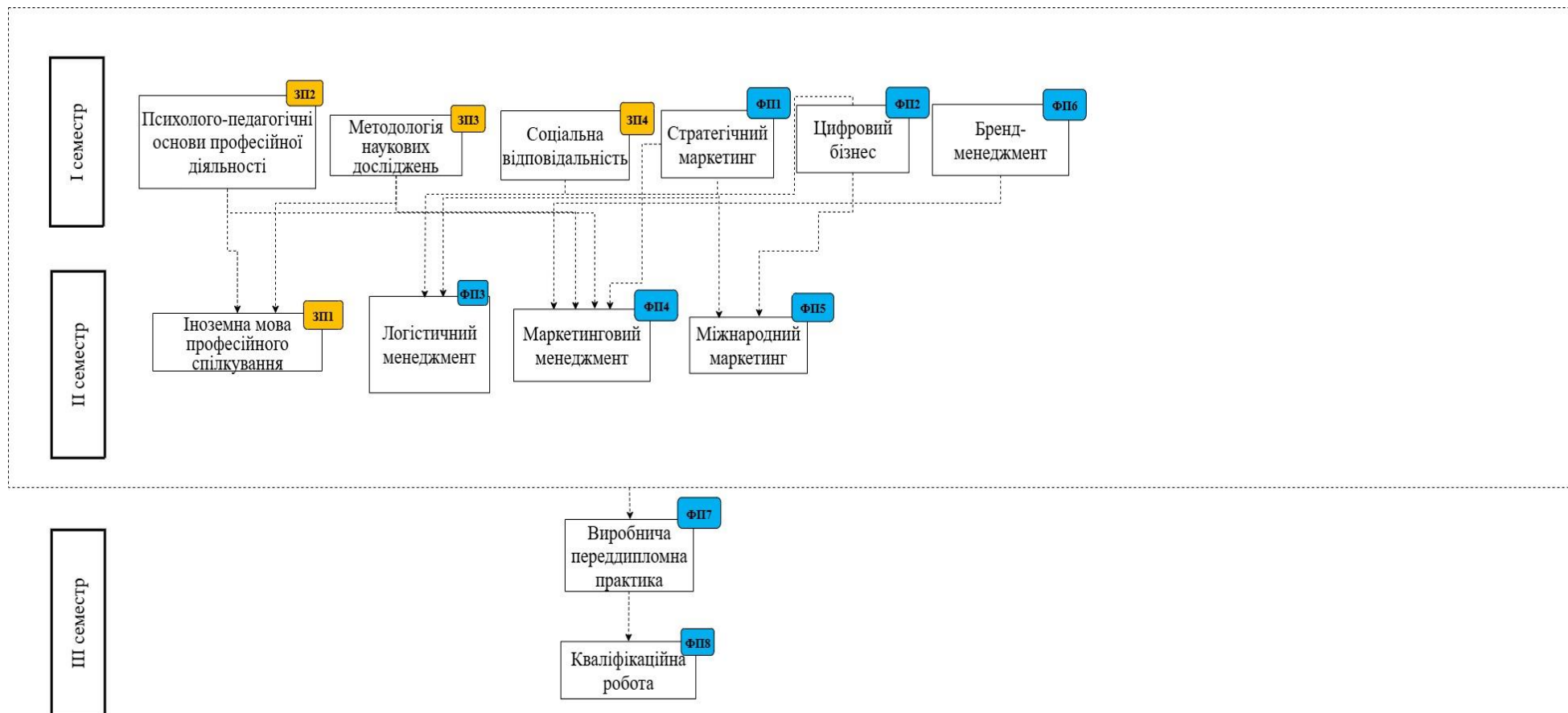
Код н/д	Компоненти освітньої програми (освітні компоненти, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОФП			
ЗП 1	Іноземна мова професійного спілкування	3	екзамен
ЗП 2	Психолого-педагогічні основи професійної діяльності	3	залік
ЗП 3	Методологія наукових досліджень	3	залік
ЗП 4	Соціальна відповідальність	4	екзамен
ФП1	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ФП2	Цифровий бізнес	3	екзамен
ФП3	Логістичний менеджмент	5	екзамен
ФП4	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ФП5	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ФП6	Бренд-менеджмент	4	екзамен
ФП7	Виробнича переддипломна практика	15	залік
ФП8	Кваліфікаційна робота	15	екзамен
	Всього	67	
Вибіркові компоненти ОП			
	Блок 1		
ВК1	Спецкурс за вибором	6	залік
МД	Мейджор	17	екзамен , залік
	Блок 2		
МД	Мейджор	23	екзамен , залік
Загальний обсяг вибірових компонент		23	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема підготовки магістрів за спеціальністю D5 «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 D5 «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 D5 «МАРКЕТИНГ»



III. Форма атестації здобувачів вищої освіти

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

IV. Матриці відповідностей компонентів освітньої програми

Таблиця 4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.

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

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

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

Таблиця 4.2

Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними
компонентами освітньої програми

	ЗП 1	ЗП 2	ЗП 3	ЗП 4	ФП 1	ФП 2	ФП 3	ФП 4	ФП 5	ФП 6	ФП 7	ФП 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/osvita-2/natsionalna-ramka-kvalifikatsiy/rivni-natsionalnoi-ramki-kvalifikatsiy>.
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. Стандарт вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОНУ № 960. від 10.07.2019
11. 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. Пастушенко**