

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ»

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

кваліфікація: магістр з маркетингу

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Спеціалізація
Кваліфікація

Другий (магістерський)
07 Управління та адміністрування
075 Маркетинг
Магістр маркетингу

РЕКОМЕНДОВАНО

Групою забезпечення зі спеціальності
«Маркетинг»
Голова групи забезпечення



М.М.Єрмошенко
«__» ____ 2020 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри маркетингу,
економіки, управління та
адміністрування



М.М.Єрмошенко
«__» ____ 2020 р.

ПОГОДЖЕНО

Начальник навчального відділу

О.М.Антонова
«__» ____ 2020 р.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу ВНЗ «Національна академія управління»

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти напрямку 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», розроблена на основі Стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10 липня 2019 року, № 960, групою забезпечення спеціальності 075 «Маркетинг» ВНЗ «Національна академія управління» у складі:

Голова групи забезпечення (гарант програми) –

Єрмошенко Микола Миколайович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування

Члени групи забезпечення:

Костинець Юлія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

Серкутан Тетяна Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, економіки, управління та адміністрування;

І. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ

075 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Приватне акціонерне товариство "Вищий навчальний заклад "Національна академія управління", факультет економіки та інформаційних технологій, кафедра маркетингу, економіки, управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Одиничний, 90 кредитів ЄКТС, 1 рік і 6 місяців
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, QF-LLL – Level 7; FQ-EHEA – другий цикл,
Передумови	Бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://nam.kiev.ua/
2. Мета освітньої програми	
Підготовка висококваліфікованих 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	
3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з науково-дослідницькою та прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Основний фокус освітньої програми	Загальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія.
Особливості програми	Програма є багатoproфільною та передбачає опанування базових освітніх компонентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» і практичну підготовку для формування навичок у сфері маркетингової діяльності сучасних підприємств та організацій
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати за такими групами професій (згідно з Національним класифікатором професій ДК 003:2010): 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації.

5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі: лекцій, практичних занять, дискусій, ділових ігор, проектних робіт, майстер-класів практиків, самостійної та індивідуальної роботи, консультацій, проходження практики, підготовки кваліфікаційної роботи на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет.
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, проектна робота, захист звіту з практики, проходження підсумкової атестації (захист кваліфікаційної роботи).
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, визначені Стандартом вищої освіти (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.
Загальні компетентності, визначені ЗВО	ЗК 1.1. Здатність визначати природу, передумови та фактори становлення та розвитку глобальної економіки ЗК 1.2. Здатність аналізувати, оцінювати та прогнозувати зміни середовища діяльності ТНК ЗК 1.3. Здатність аналізувати та оцінювати фактори управлінської результативності в міжнародному бізнесі ЗК 1.4. Здатність розробляти та презентувати пропозиції до стратегічних і тактичних планів розвитку компаній міжнародного профілю ЗК 1.5. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани ЗК 1.6. Здатність до ефективного використання та

	розвитку ресурсів організації в стратегічній перспективі
Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності за вибіркоким блоком (визначені закладом вищої освіти)	<p>СК1.1. Здатність демонструвати глибокі знання сучасних теоретичних, методологічних та методичних засад функціонування і розвитку національної економіки та світового господарства</p> <p>СК1.2. Здатність до аналітичного мислення та практичних навичок систематизації інформації з метою обробки великих масивів даних, здійснення оцінювання та прогнозування міжнародних економічних та соціальних явищ</p> <p>СК1.3. Здатність до формування обґрунтованих пропозицій щодо налагодження міжнародних економічних відносин на всіх рівнях їх реалізації</p> <p>СК1.4. Здатність аналізувати моделі розвитку національних економік та визначати їх роль у сучасній світогосподарській системі</p> <p>СК1.5. Здатність оцінювати масштаби діяльності</p>

	<p>глобальних фірм та їх позиції на світових ринках</p> <p>СК1.6. Здатність застосовувати кумулятивні знання, науково-технологічні досягнення, інформаційні технології для осягнення сутності феномену нової економіки, виявлення закономірностей та тенденцій новітнього розвитку світового господарства</p> <p>СК1.7. Здатність визначати й оцінювати прояви економічного глобалізму, виклики та дисбаланси глобального розвитку</p> <p>СК1.8. Здатність визначати геоекономічні стратегії країн та їх регіональні економічні пріоритети</p> <p>СК1.9. Здатність прогнозувати тенденції розвитку глобальних ринків з урахуванням кон'юнктурних змін</p> <p>СК1.10. Здатність досліджувати тенденції розвитку економіки за допомогою інструментарію макро- та мікроекономічного аналізу, оцінювати сучасні економічні явища</p> <p>СК1.11. Здатність до діагностики стану фінансових систем та вирішення фінансових задач</p> <p>СК1.12. Здатність застосовувати знання законодавства у сфері монетарного, фіскального регулювання та регулювання фінансового ринку</p>
7. Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)</p>	<p>ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p>

	<p>ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПР16. Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.</p>
<p>Програмні результати навчання за вибіркоким блоком дисциплін (визначені закладом вищої освіти)</p>	<p>ПР 1.1. Демонструвати знання джерел та природи глобальних трансформацій при формуванні глобальної економіки та оперувати основними поняттями дисципліни</p> <p>ПР 1.2. Розуміти шляхи й моделі інтеграції України в глобальний економічний простір та місце економіки України у глобальних вимірах стійкого розвитку</p> <p>ПР 1.3. Розуміти природу глобального економічного циклу, особливості сучасної теорії циклів, характерні риси сучасного циклу глобалізації, особливості прогнозування циклічного розвитку економіки</p> <p>ПР 1.4. Визначати геоекономічні стратегії країн та їх</p>

	<p>регіональні економічні пріоритети з урахуванням національних економічних інтересів та безпекової компоненти міжнародних економічних відносин в контексті глобальних проблем людства і асиметричності розподілу світових ресурсів.</p> <p>ПР.1.5 Досліджувати та аналізувати моделі розвитку національних економік за результатами використання різних діагностичних методологій провідних міжнародних організацій та обґрунтовувати шляхи досягнення їх стратегічних цілей в умовах динамічних світогосподарських відносин.</p> <p>ПР.1.6. Здійснювати аналіз та оцінювання діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою визначення їх конкурентних позицій та переваг на світових ринках</p> <p>ПР.1.7. Ідентифікувати зміни кон'юнктури світових та регіональних ринків під дією невизначених факторів, здійснювати їх порівняльний аналіз, критично оцінювати наслідки прийнятих рішень з метою прогнозування тенденції розвитку глобальних ринків</p> <p>ПР.1.8. Відшукувати, обробляти, систематизувати та аналізувати інформацію, необхідну для вирішення професійних та наукових завдань в сфері фінансів, фінансового менеджменту</p> <p>ПР.1.9. Здійснювати діагностику і моделювання фінансової діяльності суб'єктів господарювання</p> <p>ПР1.10. Застосовувати отримані знання в сфері менеджменту для прийняття обґрунтованих управлінських рішень</p> <p>ПР1.11 Ідентифікувати та класифікувати нові задачі в сфері менеджменту, описувати, аналізувати та оцінювати відповідні об'єкти, явища та процеси, обирати оптимальні методи їх дослідження</p>
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<p>Кадрове забезпечення</p>	<p>Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)</p> <p>До реалізації програми залучаються науково-</p>

	<p>педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Наявність документів, що засвідчують право оренди ВНЗ «НАУ» на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Забезпеченість освітньої програми відповідає потребам та технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)</p> <ul style="list-style-type: none"> – навчальний корпус; – гуртожиток; – комп'ютерні класи; – пункт харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – мультимедійне обладнання; – спортивний зал; – актовий зал.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>Офіційний веб-сайт https://nam.kiev.ua містить інформацію про освітню програму, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти тощо.</p> <p>Всі дисципліни забезпечені навчально-методичними матеріалами, які містять методичні розробки до семінарських, практичних занять, методичні вказівки до самостійної роботи студентів та до написання курсових і кваліфікаційних (магістерських) робіт, завдання для контролю знань. Методичний матеріал періодично оновлюється та адаптується відповідно до цілей освітньої програми.</p>
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	<p>На загальних підставах в межах України. На основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та закладами вищої освіти України.</p>

Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод чи договорів між ВНЗ «Національна академія управління» та закладами вищої освіти зарубіжних країн, зокрема: - двосторонній договір між ВНЗ «Національна академія управління» та WSB University (Польща) - меморандум про співпрацю між ВНЗ «Національна академія управління» та JiangXI Fenglin College of Foreign Economy and Trade (Китай)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливо за умови володіння іноземцем українською мовою на рівні достатньому для засвоєння знань.
10. Форми атестації здобувачів вищої освіти	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи (за наявності)	Кваліфікаційна робота має передбачати 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 на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
11. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти	
Процедури та заходи	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалення планування освітньої діяльності: затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм; – підвищення якості контингенту здобувачів вищої освіти; – посилення кадрового потенціалу Академії; – забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу та підтримки здобувачів вищої освіти; – розвиток інформаційних систем з метою підвищення ефективності управління освітнім процесом; – забезпечення публічності інформації про діяльність Академії;

	<ul style="list-style-type: none"> – створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників вищих навчальних закладів і здобувачів вищої освіти; – участь Академії в національних та міжнародних рейтингових дослідженнях вищих навчальних закладів.
12. Вимоги професійних стандартів	
Професійний стандарт	На міжнародному рівні EMQF – European Marketing Qualification Framework (Європейська маркетингова рамка кваліфікацій), яка розроблена Європейською маркетинговою конфедерацією (EMC), і яка враховує рекомендації Європейської рамки кваліфікацій (EQF) та інших європейських кваліфікаційних проектів.
Особливості стандарту вищої освіти, пов’язані з наявністю даного Професійного стандарту	Перелік компетентностей та програмних результатів відповідає дескрипторам НРК, яка, в свою, чергу співвідноситься із Європейською рамкою кваліфікацій (EQF), чим забезпечується відповідність критеріям EMQF.

II. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

1. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. ДИСЦИПЛІНИ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ			
1.1. Обов'язкові навчальні дисципліни загальної підготовки			
ОЗП-1	Інформаційні системи в маркетингу	4	залік
ОЗП-2	Іноземна мова професійного спрямування	4	екзамен
ОЗП-3	Методологія та організація наукових досліджень	4	залік
	Усього за ОЗП	12	
2. ДИСЦИПЛІНИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ			
2.1. Навчальні дисципліни професійної та практичної підготовки			
ОПП-1	Маркетинговий менеджмент	6	
ОПП-2	Рекламний менеджмент	4	
ОПП-3	Стратегічний маркетинг	6	
ОПП-4	Інтернет-маркетинг	4	
ОПП-5	Товарна інноваційна політика	4	
ОПП-6	Маркетинг персоналу	4	
	Усього за ОПП	28	
ПП-1	Виробнича практика	9	залік
ПП-2	Виконання кваліфікаційної роботи	16	залік
ПП-3	Атестація (у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи)	1	екзамен
	Усього за ПП	26	
	Усього за циклом загальної та професійної підготовки	66	
ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
ВК-1	Дисципліна за вибором	4	
ВК-2	Дисципліна за вибором	4	
ВК-3	Дисципліна за вибором	4	
ВК-4	Дисципліна за вибором	4	
ВК-5	Дисципліна за вибором	4	
ВК-6	Дисципліна за вибором	4	
	Загальний обсяг вибіркового компонент	24	
	Всього за освітньо-професійною програмою	90	

2. Розподіл змісту освітньої програми за групами компонентів та циклами підготовки

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження		
		Обов'язкові компоненти	Вибіркові компоненти	Всього %
1	2	3	4	5
1	Цикл загальної підготовки	12	-	13

2	Цикл професійної підготовки	28	-	31
3	Цикл практичної підготовки та атестація	26	-	29
4	Вибіркова частина	-	24	27
Всього кредитів		66	24	90/100

3. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Курс	Семестр	Шифри освітніх компонент	Обсяг кредитів	Кількість освітніх компонент протягом	
				семестру	навчального року
1	1	ОЗП-1, ОЗП-2, ОПП-2, ОПП-3, ОПП-4, ОПП-5, ОПП-6	30	7	14
1	2	ОПП-1, ВК-1, ВК-2, ВК-3, ВК-4, ВК-5, ВК-6	30	7	
2	3	ОЗП-3, ПП-1, ПП-2, ПП-3	30	4	4

III. МАТРИЦІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ВІДПОВІДНОСТІ

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	<p>ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей</p>	<p>УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог</p> <p>УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності</p>	<p>К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються</p> <p>К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності</p>	<p>АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування</p> <p>АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</p>
Загальні компетентності				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ1	К2	АВ3
СК10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3

Таблиця 4

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей НРК

Програмні результати навчання	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9
ПР1	+									+	+							+
ПР2	+	+	+							+	+							+
ПР3	+	+					+		+			+		+				
ПР4	+	+	+		+										+	+	+	
ПР5	+						+		+		+	+						
ПР6	+	+							+	+	+				+	+		
ПР7	+		+	+									+	+	+		+	
ПР8	+		+			+							+					
ПР9	+	+								+			+		+		+	
ПР10	+	+	+												+	+	+	
ПР11	+						+							+	+	+	+	
ПР12	+	+							+					+		+	+	
ПР13	+	+		+										+	+	+	+	
ПР14	+				+	+									+		+	
ПР15	+						+				+	+		+		+		
ПР16	+						+			+	+	+						+

Перелік нормативних документів, на яких базується освітня професійна програма 075«Маркетинг»

<p>Нормативні акти України</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Конституція України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80 • Господарський кодекс України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 • Податковий кодекс України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 • Митний кодекс України [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17 • Закон України «Про вищу освіту» [електронний ресурс]. – режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 • Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності закладів освіти, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF • Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 2 вересня 2015 року № 1084) [електронний ресурс]. – режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10 • Класифікатор видів економічної діяльності ДК 009:2010 [електронний ресурс]. – режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html • Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти // Протокол від 29.03.2016 № 3. Сектор вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України. – 29 с. • Національна рамка кваліфікацій, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 23 листопада 2011 р. № 1341[електронний ресурс]. – режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF • Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266 [електронний ресурс]. – режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF
<p>Професійні стандарти та забезпечення якості</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти [електронний ресурс]. – режим доступу: https://mon.gov.ua/storage/app/uploads/public/5d5/aa2/b84/5d5aa2b84482b488579088.pdf • Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf • Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад.: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В.Г.Кременя.– К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014.– 100 с. • Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації / Авт.: В.М. Захарченко, В.І. Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В. Таланова / За ред. В.Г. Кременя. – К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с. • Настройка образовательных структур в Европе. Вклад университетов в Болонский процесс [электронный ресурс]. – режим доступа: https://www.hse.ru/data/2010/12/17/1208295030/Introduction_Tuning%20Educational%20Structures.pdf

- Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf];
- Європейська кредитна трансферна накопичувальна система: Довідник користувача [електронний ресурс]. – режим доступу: http://ihed.org.ua/images/doc/04_2016_ECTS_Users_Guide-2015_Ukrainian.pdf].
- EQF-LLL – European Qualifications Framework for Lifelong Learning [електронний ресурс]. – режим доступу: https://ec.europa.eu/ploteus/sites/eac-eqf/files/brochexp_en.pdf];
- QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ehea.info/article-details.aspx?ArticleId=67>];
- Рашкевич Ю.М. Методичні рекомендації щодо опису освітньої програми в контексті нових стандартів вищої освіти [електронний ресурс]. – режим доступу: <https://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protseesu.html?download=285:metodychni-rekomendatsii-shchodo-opysu-osvitnoi-prohramy-v-konteksti-novykh-standartiv-vyshchoi-osvity>
- TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>].