

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ

першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: Бакалавр маркетингу

Професійна кваліфікація: Професіонал у сфері маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки

Голова Вченої ради

(протокол №__ від «__» _____ 2020 р.

Освітньо-професійна програма вводиться в дію з _____ 2020 р.

Ректор _____

(наказ №__ від «__» _____ 2020 р.

Луцьк – 2020

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до підготовки бакалаврів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма розроблена на основі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою ВНУ імені Лесі Українки у складі:

1. Данилюк Т.І. – кандидат економічних наук, доцент, гарант освітньо-професійної програми;
2. Шостак Л.В. – кандидат економічних наук, доцент;
3. Лялюк А.М. – кандидат економічних наук, доцент.

Освітньо-професійна програма погоджена вченою радою факультету, схвалена науково-методичною комісією факультету та затверджена Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітню програму регулюється Порядком формування освітніх програм та навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, затвердженим Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 – «МАРКЕТИНГ»

1. Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Професійна кваліфікація	Професіонал у сфері маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, 240 кредитів ЄКТС, загальний термін навчання – 3 роки 10 місяців. Перший рівень вищої освіти.
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	На базі повної загальної середньої освіти
Мова викладання	Українська мова
Термін дії освітньо-професійної програми	2020-2024 рр.
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньо-професійної програми	https://wiki.eenu.edu.ua/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0_%D1%96_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%83
2. Мета освітньо-професійної програми «Маркетинг»	
Надати теоретичні знання та практичні уміння і навички, достатні для успішного виконання професійних обов’язків зі спеціальності 075 «Маркетинг» та підготувати студентів для подальшого працевлаштування за обраною спеціальністю	
3. Характеристика освітньо-професійної програми «Маркетинг»	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Орієнтація освітньо-професійної програми	Програма передбачає оволодіння базовими знаннями щодо маркетингової діяльності як форми взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Програма спрямована на надання знань в сфері маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом та понятійно-категорійного апарату, принципів, функцій, концепцій маркетингу та їх історичних передумов. Програма орієнтує на актуальні проблеми розвитку вітчизняних підприємств на основі маркетингової концепції, які враховують специфіку розвитку сучасного бізнесу в умовах глобалізації та євроінтеграції. Програма вивчає специфіку діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків, змісту маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Освітньо-професійна програма ґрунтується на методології та фундаментальних засадах науки, а також на результатах сучасних наукових досліджень у сфері маркетингу.

Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Освітньо-професійна програма передбачає здобуття поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок у сфері маркетингу, опанування загальними засадами методології наукової та професійної діяльності, набуття інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика комунікацій, маркетингова політика розподілу, маркетингові дослідження, маркетинговий аналіз.
Особливості програми	Програма передбачає надання знань та навичок з маркетингової діяльності, принципів та методів дослідження, аналізу та оцінки маркетингового середовища, методикою оцінки конкурентоспроможності. Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації до умов та викликів сучасних умов ведення діяльності підприємства. Враховує сучасні вимоги до вирішення практичних питань. Формує фахівців з новим перспективним способом мислення, здатних застосовувати існуючі методи маркетингового дослідження. Виконується в активному дослідницькому середовищі та передбачає узгоджену взаємодію освітньої та виробничої сфери з підготовки бакалаврів маркетингу в рамках організаційно-відмінних форм навчання.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньої програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, обіймати керівні посади, працювати в консалтингових компаніях, в проектних організаціях, в банківських установах, в страхових компаніях, наукових та освітніх закладах, на підприємствах де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, збуту та виробництва, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків тощо. Випускники можуть працювати на посадах: начальника відділу або служби маркетингу; маркетолога підрозділу чи служби маркетингу; маркетолога-аналітика, консультанта, експерта; маркетолога з ефективності підприємства, комунікативної політики; економіста служби маркетингу, збуту; консультанта з маркетингу та реклами; директора рекламної агенції, начальника відділу реклами; начальника рекламно-інформаційної агенції, відділу зв'язків з громадськістю; менеджера з реклами, бренд-менеджера, медіапланера, копірайтера; арт-директора; промоутера, консультанта з реклами; директора з логістики, топ-менеджера з логістики, логіста, консультанта з питань логістики.
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання за освітньо-науковою програмою ступеня магістра за іншими освітніми програмами та спеціальностями у сфері післядипломної освіти.

5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Поєднання лекційних та практичних занять, на яких відбувається постановка і розв'язування проблем, виконання проєктів, дослідницькі лабораторні роботи, навчальна та виробнича практики, науково-дослідні роботи. Тренінги (ділові ігри, виробничі ситуації з роботою в командах, мозкові атаки, тренінги з продажу та маркетингу), самостійна робота (підготовка есе, рефератів, презентацій, робота з кейсами, складання пояснювальних записок, коментарів, участь у наукових конференціях та олімпіадах, консультації з викладачами, виконання індивідуальних завдань, курсових робіт).
Оцінювання	Поточний контроль, письмові та усні заліки, екзамени, державна атестація.
6. Перелік компетентностей випускника	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	Знання та розуміння предметної області та розуміння професії: ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших

	галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Фахові компетентності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7. Програмні результати навчання	
ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які	

характеризують результативність такої діяльності.

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	100 % науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання циклу дисциплін, що забезпечують спеціальні (фахові) компетентності бакалавра, мають наукові ступені (вчені звання)
Матеріально-технічне забезпечення	Використання спеціалізованого програмного забезпечення: Проектор мультимедійний Epson EB – X7 LCD, Графопроєктор Литер 2250, Екран Sopar 180 *180 Проектор Sony VPL – CS 6 Екран Sopar «Snow White», Проект 3м Мультимедійна дошка CANON LV – X 300
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Використання інформаційного пакету навчально-методичних матеріалів в системі управління навчанням Moodle ВНУ імені Лесі Українки та авторських розробок науково-педагогічних працівників. Використання інституційного репозитарію ВНУ імені Лесі Українки.

9. Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність забезпечується взаємним співробітництвом, обміном студентами та професорсько-викладацьким складом кафедри підприємництва і маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки (м. Луцьк).
---	---

Міжнародна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність забезпечується двостороннім договором про взаємне співробітництво, обмін студентами та професорсько-викладацьким складом між Вищою Школою Економіки та Інновацій міста Любліна (Республіка Польща), гуманітарно-природничим університетом ім. Яна Длугоша в Ченстохові та Волинським національним університетом імені Лесі Українки (м. Луцьк); взаємний обмін викладачами у якості гостьових професорів для читання лекцій зі спеціалізованих дисциплін строком від 2 тижнів до 1 місяця. Балтійсько-український академічний консорціум було створено 5 лютого 2015 р. До складу консорціуму входять: Люблінський католицький університет імені Івана Павла II (Люблін, Польща) Вища державна професійна школа (Хелм, Польща) Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки (Луцьк, Україна) Східноєвропейська мережа університетів була створена 7 грудня 2014 р. До складу міжнародного об'єднання вищих навчальних закладів входять представники університетів Польщі, Грузії, Білорусі, Молдови й України, зокрема: Барановицький державний університет, Тбіліський державний університет ім. Сулхан-Саба Орбеліані,
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	

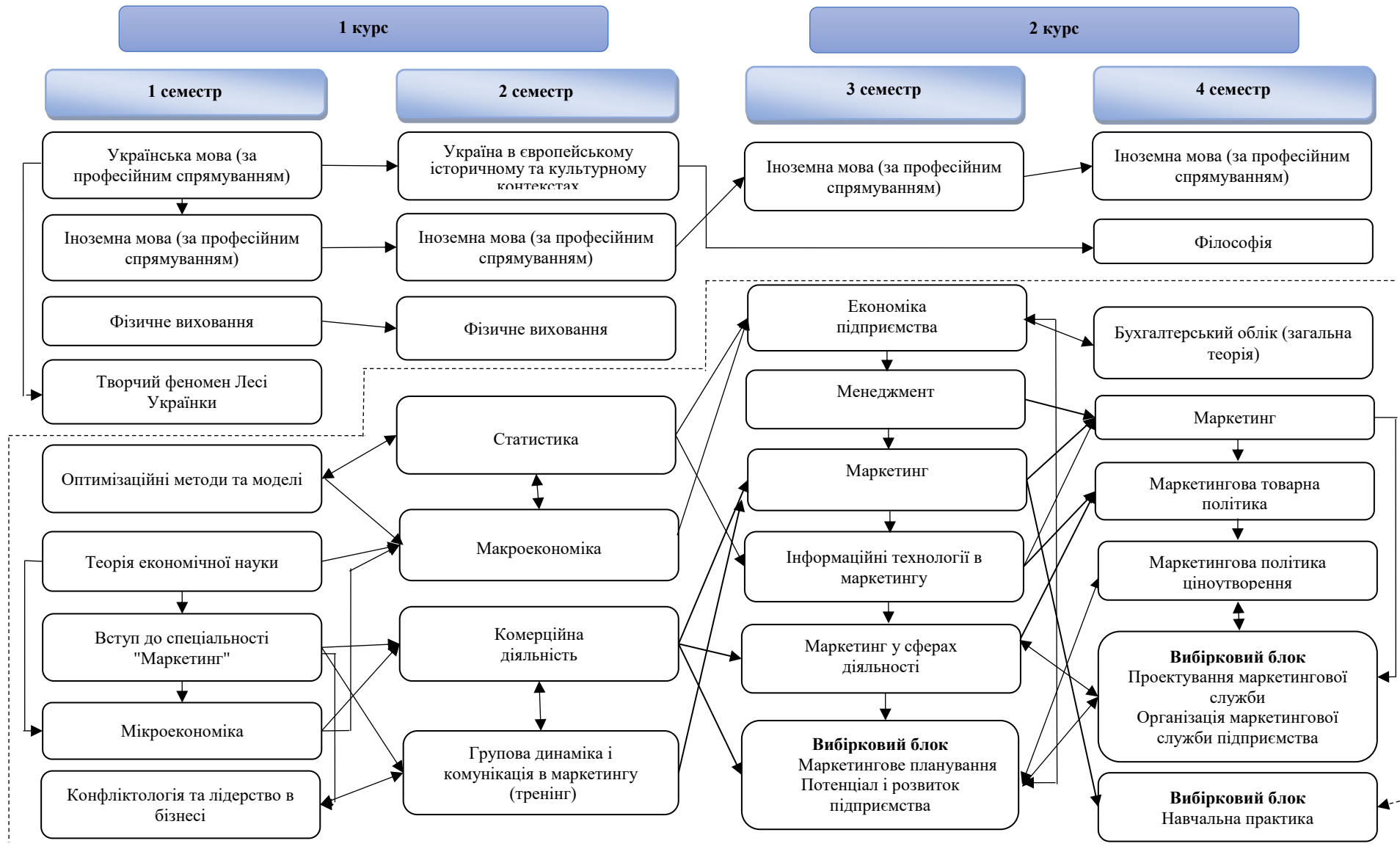
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ» ТА ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

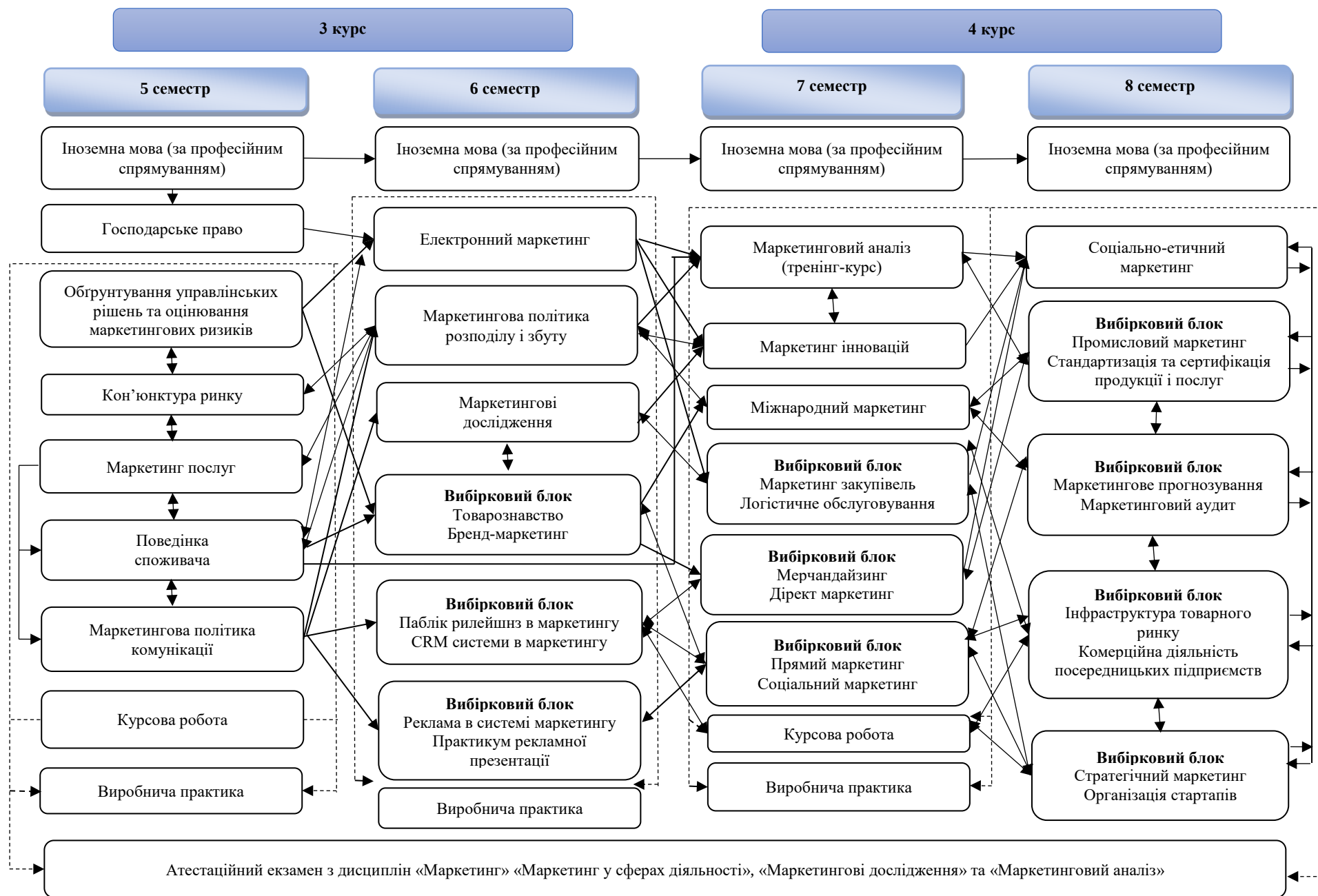
2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг»

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів/ годин	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОПП			
1. Цикл загальної підготовки			
ЦЗП.1	Україна в європейському історичному та культурному контекстах	4/120	екзамен
ЦЗП.2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4/120	екзамен
ЦЗП.3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	10/300	залік, екзамен
ЦЗП.4	Філософія	4/120	екзамен
ЦЗП.5	Інформаційні технології в маркетингу	4/120	залік
ЦЗП.6	Фізичне виховання	2/60	залік
ЦЗП.7	Творчий феномен Лесі Українки	2/60	залік
ЦЗП.8	Господарське право	3/90	залік
ЦЗП.9	Оптимізаційні методи і моделі	5/150	екзамен
ЦЗП.10	Мікроекономіка	5/150	екзамен
ЦЗП.11	Макроекономіка	5/150	екзамен
ЦЗП.12	Теорія економічної науки	6/180	екзамен
ЦЗП.13	Вступ до спеціальності "Маркетинг"	3/90	залік
ЦЗП.14	Конфліктологія та лідерство в бізнесі	4/120	екзамен
ЦЗП.15	Статистика	5/150	екзамен
ЦЗП.16	Кон'юнктура ринку	4/120	екзамен
ЦЗП.17	Бухгалтерський облік (загальна теорія)	5/150	екзамен
ЦЗП.18	Комерційна діяльність	4/120	залік
ЦЗП.19	Гроші та кредит	5/150	залік
Разом		84/2520	
2. Цикл професійної підготовки			
ЦПП.1	Поведінка споживача	4/120	залік
ЦПП.2	Економіка підприємства	5/150	екзамен
ЦПП.3	Групова динаміка і комунікація в маркетингу (тренінг)	4/120	залік
ЦПП.4	Маркетинг	7/240	залік, екзамен
ЦПП.5	Маркетинг послуг	4/120	екзамен
ЦПП.6	Менеджмент	5/150	екзамен
ЦПП.7	Маркетингова політика ціноутворення	4/120	залік
ЦПП.8	Маркетинговий аналіз (тренінг-курс)	4/120	залік
ЦПП.9	Обґрунтування управлінських рішень та оцінювання маркетингових ризиків	4/120	екзамен

ЦПП.10	Соціально-етичний маркетинг	3/90	екзамен
ЦПП.11	Курсова робота *	2/60	залік
ЦПП.12	Маркетингова політика комунікації	4/120	екзамен
ЦПП.13	Міжнародний маркетинг	4/120	екзамен
ЦПП.14	Електронний маркетинг	3/90	екзамен
ЦПП.15	Маркетингові інновації	4/120	екзамен
ЦПП.16	Маркетингові дослідження	5/150	екзамен
ЦПП.17	Маркетингова товарна політика	5/150	екзамен
ЦПП.18	Маркетинг у сферах діяльності	6/180	екзамен
ЦПП.19	Маркетингова політика розподілу і збуту	4/120	екзамен
ЦПП.20	Курсова робота **	2/60	залік
ЦПП.21	Виробнича практика	4/120	залік
ЦПП.22	Виробнича практика	4/120	залік
ЦПП.23	Виробнича практика	4/120	залік
Разом		96/2880	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180/5400	
Вибіркові компоненти ОПП			
3. Цикл вибірових дисциплін			
ЦВД.1	Вибіркова дисципліна 1	4/120	залік
ЦВД.2	Вибіркова дисципліна 2	4/120	залік
ЦВД.3	Вибіркова дисципліна 3	5/150	залік
ЦВД.4	Вибіркова дисципліна 4	6/180	залік
ЦВД.5	Вибіркова дисципліна 5	4/120	залік
ЦВД.6	Вибіркова дисципліна 6	6/180	залік
ЦВД.7	Вибіркова дисципліна 7	5/150	залік
ЦВД.8	Вибіркова дисципліна 8	4/120	залік
ЦВД.9	Вибіркова дисципліна 9	4/120	залік
ЦВД.10	Вибіркова дисципліна 10	5/150	залік
ЦВД.11	Вибіркова дисципліна 11 (Навчальна практика)	3/90	залік
ЦВД.12	Вибіркова дисципліна 12	6/180	залік
ЦВД.13	Вибіркова дисципліна 13	4/120	залік
Разом		60/1800	
Загальний обсяг вибірових компонент		60/1800	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240/7200	

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





3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі здачі державного іспиту та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**4. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ЗАГАЛЬНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ (ЗК)
КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»**

	ЗК-1.	ЗК-2.	ЗК-3.	ЗК-4.	ЗК-5.	ЗК-6.	ЗК-7.	ЗК-8.	ЗК-9.	ЗК-10.	ЗК-11.	ЗК-12.	ЗК-13.	ЗК-14.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ЦЗП.1	+	+	+	+	+		+							+
ЦЗП.2	+	+		+	+		+							+
ЦЗП.3				+	+		+			+			+	+
ЦЗП.4	+	+	+	+	+		+							+
ЦЗП.5		+	+	+	+	+	+	+	+			+		+
ЦЗП.6		+		+	+		+							+
ЦЗП.7	+	+		+	+		+							+
ЦЗП.8	+	+		+	+		+				+		+	+
ЦЗП.9			+	+	+		+	+						+
ЦЗП.10	+	+	+	+	+		+							+
ЦЗП.11	+	+	+	+	+		+							+
ЦЗП.12	+	+		+	+		+							+
ЦЗП.13	+	+		+	+	+	+					+		+
ЦЗП.14	+	+		+	+		+		+		+			+
ЦЗП.15			+	+	+		+	+						+
ЦЗП.16		+	+	+	+		+	+						+
ЦЗП.17				+	+		+	+						+
ЦЗП.18				+	+	+	+	+				+		+
ЦЗП.19			+	+	+		+	+						+
ЦПП.1	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+		+
ЦПП.2	+	+	+	+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.3	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+
ЦПП.4		+	+	+	+	+	+	+				+	+	+
ЦПП.5		+	+	+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.6			+	+	+	+	+	+	+			+		+
ЦПП.7			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.8			+	+	+	+	+	+	+		+	+		+
ЦПП.9		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+
ЦПП.10	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+
ЦПП.11			+	+	+	+	+	+	+			+		+
ЦПП.12		+		+	+	+	+	+	+			+		+
ЦПП.13	+	+		+	+	+	+	+				+	+	+
ЦПП.14			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.15	+	+		+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.16			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.17				+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.18				+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.19			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦПП.20				+	+	+	+	+	+			+		+
ЦПП.21				+	+	+	+	+	+		+	+		+
ЦПП.22				+	+	+	+	+	+		+	+		+

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ЦПП.23				+	+	+	+	+	+		+	+		+
ЦВД.1		+	+	+	+	+	+	+				+	+	+
ЦВД.2		+	+	+	+	+	+	+				+	+	+
ЦВД.3		+	+	+	+	+	+	+				+	+	+
ЦВД.4			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.5			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.6				+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.7			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.8				+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.9		+	+	+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.10			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.11		+	+	+	+	+	+	+				+	+	+
ЦВД.12			+	+	+	+	+	+				+		+
ЦВД.13			+	+	+	+	+	+				+		+

**5. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ (ФК)
КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ»**

	ФК-1.	ФК-2.	ФК-3.	ФК-4.	ФК-5.	ФК-6.	ФК-7.	ФК-8.	ФК-9.	ФК-10.	ФК-11.	ФК-12.	ФК-13.	ФК-14.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ЦЗП.1														
ЦЗП.2														
ЦЗП.3														
ЦЗП.4														
ЦЗП.5	+	+		+			+			+		+	+	
ЦЗП.6														
ЦЗП.7														
ЦЗП.8														
ЦЗП.9			+											
ЦЗП.10											+			
ЦЗП.11											+			
ЦЗП.12											+			
ЦЗП.13	+	+		+								+	+	
ЦЗП.14														
ЦЗП.15			+											
ЦЗП.16			+							+	+			
ЦЗП.17														
ЦЗП.18	+	+		+			+				+	+	+	
ЦЗП.19										+	+			
ЦПП.1	+	+	+	+	+	+	+			+		+	+	+
ЦПП.2	+	+		+	+		+				+	+		
ЦПП.3	+	+		+	+		+					+		
ЦПП.4	+	+		+	+	+	+				+	+	+	+
ЦПП.5	+	+		+	+		+				+	+	+	+
ЦПП.6	+	+		+	+		+				+	+		
ЦПП.7	+	+		+	+		+					+	+	+
ЦПП.8	+	+	+	+	+		+	+		+		+	+	+
ЦПП.9	+	+	+	+	+		+	+				+	+	+
ЦПП.10	+	+		+	+		+				+	+	+	+
ЦПП.11	+	+		+	+		+					+	+	
ЦПП.12	+	+		+	+		+			+		+	+	+
ЦПП.13	+	+		+	+	+	+					+	+	
ЦПП.14	+	+		+	+		+		+	+		+	+	+
ЦПП.15	+	+		+	+		+	+	+			+	+	+
ЦПП.16	+	+		+	+		+	+				+	+	
ЦПП.17	+	+		+	+		+					+	+	+
ЦПП.18	+	+		+	+	+	+				+	+	+	+
ЦПП.19	+	+		+	+		+		+			+	+	+
ЦПП.20	+	+		+	+		+					+	+	
ЦПП.21	+	+		+	+	+					+	+		
ЦПП.22	+	+		+	+	+					+	+		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ЦПП.23	+	+		+	+	+					+	+	+	
ЦВД.1	+	+		+	+		+	+	+			+	+	+
ЦВД.2	+	+		+	+		+	+				+	+	
ЦВД.3	+	+		+	+		+	+	+			+	+	+
ЦВД.4	+	+		+	+		+	+				+	+	
ЦВД.5	+	+		+	+		+	+	+			+	+	+
ЦВД.6	+	+		+	+		+	+				+	+	
ЦВД.7	+	+		+	+		+	+	+			+	+	+
ЦВД.8	+	+		+	+		+	+				+	+	
ЦВД.9	+	+		+	+		+	+				+	+	
ЦВД.10	+	+		+	+		+	+	+			+	+	+
ЦВД.11	+	+		+	+		+				+	+	+	+
ЦВД.12	+	+		+	+	+	+				+	+	+	+
ЦВД.13	+	+		+	+	+	+				+	+	+	+

**6. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ
НАВЧАННЯ (ПРН) ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬО-
ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»**

	ПРН-1.	ПРН-2.	ПРН-3.	ПРН-4.	ПРН-5.	ПРН-6.	ПРН-7.	ПРН-8.	ПРН-9.	ПРН-10.	ПРН-11.	ПРН-12.	ПРН-13.	ПРН-14.	ПРН-15.	ПРН-16.	ПРН-17.	ПРН-18.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
ЦЗП.1												+					+	
ЦЗП.2												+					+	
ЦЗП.3												+					+	
ЦЗП.4												+					+	
ЦЗП.5	+		+	+			+			+		+	+	+	+	+	+	+
ЦЗП.6												+					+	
ЦЗП.7												+					+	
ЦЗП.8												+					+	
ЦЗП.9		+					+					+					+	
ЦЗП.10				+	+							+					+	
ЦЗП.11				+	+							+					+	
ЦЗП.12				+	+							+					+	
ЦЗП.13	+		+	+		+				+		+	+	+	+	+	+	+
ЦЗП.14							+					+					+	
ЦЗП.15		+					+					+					+	
ЦЗП.16		+		+	+		+					+					+	
ЦЗП.17												+					+	
ЦЗП.18	+		+	+	+	+				+		+	+	+	+	+	+	+
ЦЗП.19		+		+	+	+			+			+	+				+	
ЦПП.1	+	+	+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.2	+		+		+	+				+		+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.3	+		+	+		+	+			+		+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.4	+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.5	+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.6	+		+	+	+	+				+		+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.7	+		+	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.8	+	+	+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.9	+	+	+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.10	+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.11	+		+	+		+				+		+	+		+	+	+	+
ЦПП.12	+		+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.13	+		+	+		+				+		+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.14	+		+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.15	+		+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.16	+		+	+		+			+	+		+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.17	+		+	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.18	+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.19	+		+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦПП.20	+		+	+		+				+		+	+		+	+	+	+

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
ЦПП.21	+		+	+	+	+				+		+	+		+	+	+	+
ЦПП.22	+		+	+	+	+				+		+	+		+	+	+	+
ЦПП.23	+		+	+	+	+				+		+	+		+	+	+	+
ЦВД.1	+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.2	+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.3	+		+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.4	+		+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.5	+		+	+		+			+	+		+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.6	+		+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.7	+		+	+		+				+		+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.8	+		+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.9	+		+	+		+			+	+		+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.10	+		+	+	+	+				+		+	+		+	+	+	+
ЦВД.11	+		+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЦВД.12	+		+	+	+	+				+		+	+		+	+	+	+
ЦВД.13	+		+	+	+	+				+		+	+		+	+	+	+

Гарант освітньо-професійної
програми «Маркетинг»



Данилюк Т.І.