

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

ПРОЄКТ
ОСВІТНЯ ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ ТА МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність D5 Маркетинг
Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки

Голова Вченої ради

_____ / _____ /

(протокол №__ від «__» _____ 2026 р.

Освітня програма вводиться в дію з__ 2026 р.

Ректор _____ Анатолій ЦЬОСЬ

(наказ №__ від «__» _____ 2026 р.)

Луцьк – 2026

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до підготовки магістрів у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки фахівців у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг.

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

1. Букало Надія – доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту.

2. Рейкін Віталій – професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту та адміністрування.

3. Милько Інна – доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, гарант ОПП.

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:

Здобувачі вищої освіти:

1. Зварко Інна – здобувач освітнього ступеня Магістр освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика другого (магістерського) рівня.

2. Ляміна Юлія – здобувач освітнього ступеня Магістр освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика другого (магістерського) рівня.

3. Матвійчук Анастасія – здобувач освітнього ступеня Магістр освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика другого (магістерського) рівня.

Випускники освітньо-професійної програми:

4. Щербакова Анастасія – випускниця освітнього ступеня Магістр освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика другого (магістерського) рівня.

5. Вавдіюк Наталія – випускниця освітнього ступеня Магістр освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика другого (магістерського) рівня.

Зовнішні стейкхолдери:

1. Рикальський Олександр, директор ТОВ «ТР.Е.К».

2. Жуковець Олександр, директор ПП «Трек-Захід».

3. Войтович Сергій, голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу».

4. Кас'ян Ольга, директор з маркетингу ПрАТ «Едельвіка».

5. Жичук Микола, директор з маркетингу ТЗОВ «Студія реклами Партизан».

6. Оксенюк Віталій, директор центру маркетингу «Концепторія».

Освітня програма схвалена науково-методичною комісією факультету економіки та управління (протокол № __ від _____ 2026 р.), погоджена вченою радою факультету (протокол № __ від _____ 2026 р.) та затверджена Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № __ від _____ 2026 р.).

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітньо-професійну програму регулюється Порядком формування освітніх програм та

навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським), другим (магістерським) та третім (освітньо-науковим, освітньо-творчим) рівнями вищої освіти денної (очної) та заочної форм навчання у Волинському національному університеті імені Лесі Українки від 28.03.2024 р., та Положенням про розроблення, моніторинг, перегляд та закриття ОП від 29.09.2024 р.

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 та міжнародна логістика зі спеціальності D5 Маркетинг

1–Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти	Магістр
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація (за наявності)	–
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг та міжнародна логістика
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Тип диплома та обсяг освітньої програми (кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання ОП)	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС. Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти
Форми здобуття освіти за ОП та розрахункові строки виконання ОП за кожною з них	Денна форма здобуття освіти Загальний термін навчання – 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	–
Передумови (вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за ОП, відповідно до стандарту вищої освіти, за наявності)	На базі освітнього ступеня бакалавр, магістр, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст / НПК 6, НПК 7
Мова / мови викладання	Українська мова
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://vnu.edu.ua/uk/all-educations/marketynh-ta-mizhnarodna-lohistryka-plan-zatv-2025-r
2–Мета освітньо-професійної програми	
Метою освітньо-професійної програми є набуття теоретичних знань, формування практичних вмінь і навичок щодо професійної підготовки за другим рівнем вищої освіти в сфері маркетингу і міжнародної логістики, необхідними для провадження діяльності з урахуванням транскордонних особливостей Волинської області та викликів євроінтеграції, що дозволяє майбутнім магістрам маркетингу ефективно працювати в умовах міжнародної конкуренції, розвивати експортноорієнтовані стратегії та адаптувати маркетингові інструменти до європейських стандартів.	
3–Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація, або предметна спеціальність (за наявності))	D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг Освітньо-професійна програма Маркетинг та міжнародна логістика Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: 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

	<p>невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: 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 маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<p>Орієнтація освітньої програми</p>	<p>Програма передбачає оволодіння базовими знаннями та прийняття управлінських рішень щодо функціональних складових маркетингу та міжнародної логістики. Програма спрямована на надання знань та формування навичок у сфері маркетингу та міжнародної логістики як актуальної складової ведення бізнесу. Програма орієнтує на вирішення актуальних проблем розвитку вітчизняних підприємств на основі досягнень маркетингової науки, які враховують специфіку господарювання в умовах євроінтеграції та глобалізації. Програма враховує особливості функціонування ринкових суб'єктів у сфері маркетингу та міжнародної логістики на різних ієрархічних рівнях, забезпечує розуміння змісту маркетингової діяльності та необхідності застосування логістичних інструментів для прийняття якісних управлінських рішень.</p> <p>Освітньо-професійна програма ґрунтується на методології та фундаментальних засадах науки, на практичних результатах сучасних досліджень маркетингу та логістичної сфери.</p>
<p>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</p>	<p>Освітньо-професійна програма передбачає здобуття поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок у сфері маркетингу і міжнародної логістики, опанування загальними засадами методології наукової та професійної діяльності, набуття інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання фахових завдань відповідного рівня професійної діяльності.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, діагностика маркетингової та міжнародної логістичної діяльності, логістичний менеджмент, міжнародна логістика, інтегровані маркетингові комунікації.</p>
<p>Особливості програми</p>	<p>Програма враховує специфіку транскордонного розташування регіону, а також актуальність міжнародної логістичної діяльності в контексті безпекових викликів та загроз в умовах невизначеності та підвищених ризиків. Це обумовлює підвищений попит з боку суб'єктів господарювання на оптимізацію регіональних транспортних потоків, розміщення складських центрів та транзитних баз. Тому освітній процес за ОП побудований на інтегрованому підході, кросфункціональній взаємодії, залученні практиків зі сфери маркетингу та логістики, встановленні партнерства роботодавців і здобувачів освіти з метою набуття останніми практичного досвіду та їх адаптації до умов реальної ринкової діяльності.</p>
<p>4–Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	

<p>Придатність до працевлаштування</p>	<p>Випускники освітньо-професійної програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, працювати в логістичних, транспортних, експедиційних, поштових, складських компаніях, на підприємствах, де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, виробництва та збуту, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків.</p> <p>Випускник здатний виконувати зазначену професійну роботу і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003:2010) займати первинну посаду за категоріями:</p> <p>1233 Директор з маркетингу, комерційний директор, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1317 Керуючий агентством (рекламним), директор малої фірми 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу, зі збуту, із зв'язків з громадськості 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2419.2 Логіст 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку</p>
<p>Подальше навчання</p>	<p>Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
<p>5–Викладання та оцінювання</p>	
<p>Викладання та навчання</p>	<p>Освітній процес побудований на принципах студентоцентрованого, проблемно-орієнтованого, інтерактивного, практико-орієнтованого навчання, спрямованого на формування компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у сфері маркетингу і міжнародної логістики, здійснення науково-дослідної діяльності, що передбачає формування індивідуальної траєкторії навчання, використання всіх видів аудиторної і позааудиторної роботи, визнання неформальної освіти, обрання вибіркового освітніх компонентів, тем та керівників кваліфікаційних робіт, баз практики тощо.</p> <p>Використання традиційних та інноваційних методів у освітньому процесі.</p> <p>Практична спрямованість та творча орієнтованість ОП забезпечується комбінацією лекцій, практичних занять із розв'язуванням проблемних завдань та кейсів, підготовкою проєктів, дослідницькими роботами, участю та проведенням тренінгів (ділові ігри, виробничі ситуації з роботою в командах, мозкові атаки тощо), самопідготовкою на основі освітніх платформ, самостійною роботою (участь у наукових конференціях та олімпіадах, консультації з викладачами, виконання індивідуальних завдань), захистом практик, підготовкою та захистом кваліфікаційної роботи.</p>

Оцінювання	Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну шкалу за результатами поточного та підсумкового контролю у вигляді усних та/або письмових екзаменів/заліків, письмового та/або комп'ютерного тестування, захисту навчальних проєктів, захисту практик та захисту кваліфікаційної роботи відповідно до Положення про випускні кваліфікаційні роботи (проєкти).
6–Перелік компетентностей випускника	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності(ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. 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 проєкти та управляти ними.
Фахові (спеціальні) компетентності (ФК/СК)	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. Спеціальні (фахові) компетентності (СК), запропоновані стейкхолдерами СК 10. Здатність планувати, організувати та оцінювати ефективність логістичної системи. СК 11. Здатність реалізовувати міжнародні логістичні процеси із урахуванням вимог глобальних ринків.
7–Програмні результати навчання	
Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу	

для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Програмні результати навчання, запропоновані стейкхолдерами

P16. Проводити діагностику ефективності управління маркетинговими та логістичними системами ринкового суб'єкта в умовах транскордонної взаємодії.

P17. Здійснювати управління міжнародними логістичними процесами у глобальних ланцюгах постачання з урахуванням вимог міжнародного ринку.

8–Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

100% науково-педагогічних працівників, залучених до викладання освітніх компонентів, що забезпечують спеціальні (фахові) компетентності здобувача, мають наукові ступені та вчені звання; частка науково-педагогічних працівників, які мають науковий ступінь доктора наук та вчене звання професора, працюють за основним місцем роботи, на програмі становить не менше 10 %; забезпечують не менше чотирьох пунктів вимог згідно із пунктом 38 Ліцензійних умов.

Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» забезпечується підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників не рідше, ніж 1 раз на 5 років.

До організації освітнього процесу залучаються фахівці з досвідом практичної та управлінської роботи.

Матеріально-технічне забезпечення

Освітній процес забезпечений наявністю навчальних корпусів; гуртожитків; комп'ютерних класів; пунктів харчування; точок бездротового доступу до мережі «Інтернет»; мультимедійним обладнанням; спортивним комплексом; мовними центрами; Центром культури та дозвілля; коворкінг-центром «А-В HUB». У ВНУ імені Лесі Українки створені необхідні умови доступності навчальних приміщень особам з інвалідністю та іншим маломобільним групам населення. Створено інклюзивний ХАБ.

	Університет залучений до співпраці у форматі проекту «Veteran Hub ++». У навчальних корпусах наявні укомплектовані укриття.
Інформаційне навчально-методичне забезпечення	та Офіційний вебсайт (https://vnu.edu.ua/uk/chairs/kafedramarketingu) містить інформацію про освітньо-професійну програму, освітню, наукову і виховну діяльність, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в інституційному репозитарії бібліотеки ВНУ імені Лесі Українки (https://evnuir.vnu.edu.ua/) та/або на платформі для дистанційного навчання MOODLE (http://194.44.187.60/moodle/). Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі «Інтернет». Інформаційні сервіси є дієвими та дозволяють науково-педагогічним працівникам ВНУ імені Лесі Українки оперативно обмінюватись інформацією, підтримувати зворотний зв'язок зі здобувачами вищої освіти, випускниками, роботодавцями та представниками професійних асоціацій. У ЗВО використовується електронна форма розкладу занять. У освітньому процесі використовуються такі платформи для дистанційного навчання: MOODLE, Microsoft Teams тощо.
9–Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Кожен здобувач вищої освіти має можливість в рамках національної академічної мобільності проходити у ЗВО-партнерах (на основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та університетами України) окремі освітні компоненти, навчатися протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів. Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України. Можливість навчатися за кількома освітніми програмами або у кількох ЗВО одночасно визначається законодавством України (регламентується Постановою КМУ № 579 Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність від 12 серпня 2015 р.) та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 6 від 30 квітня 2024 р.).
Міжнародна кредитна мобільність	Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та міждержавними угодами. Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів / періодів навчання. Міжнародна кредитна мобільність забезпечується двосторонніми договорами між ВНУ імені Лесі Українки та такими ЗВО: Університетом імені Яна Длугоша в Ченстохові, (м. Ченстохова, Республіка Польща), Університетом Марії Кюрі-Склодовської (м. Люблін, Республіка Польща), Вищою школою фінансів та управління (м. Варшава, Республіка Польща), Вищою школою менеджерських кадрів (м. Конін, Республіка Польща), Університетом інформаційних технологій та управління (м. Жешув, Республіка Польща), Вища школа економіки та інновацій в Любліні (м. Люблін, Республіка Польща).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за умови володіння здобувачами освіти-іноземцями українською мовою.

2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їхня логічна послідовність

Розподіл змісту освітньо-професійної програми Маркетинг та міжнародна логістика за циклами

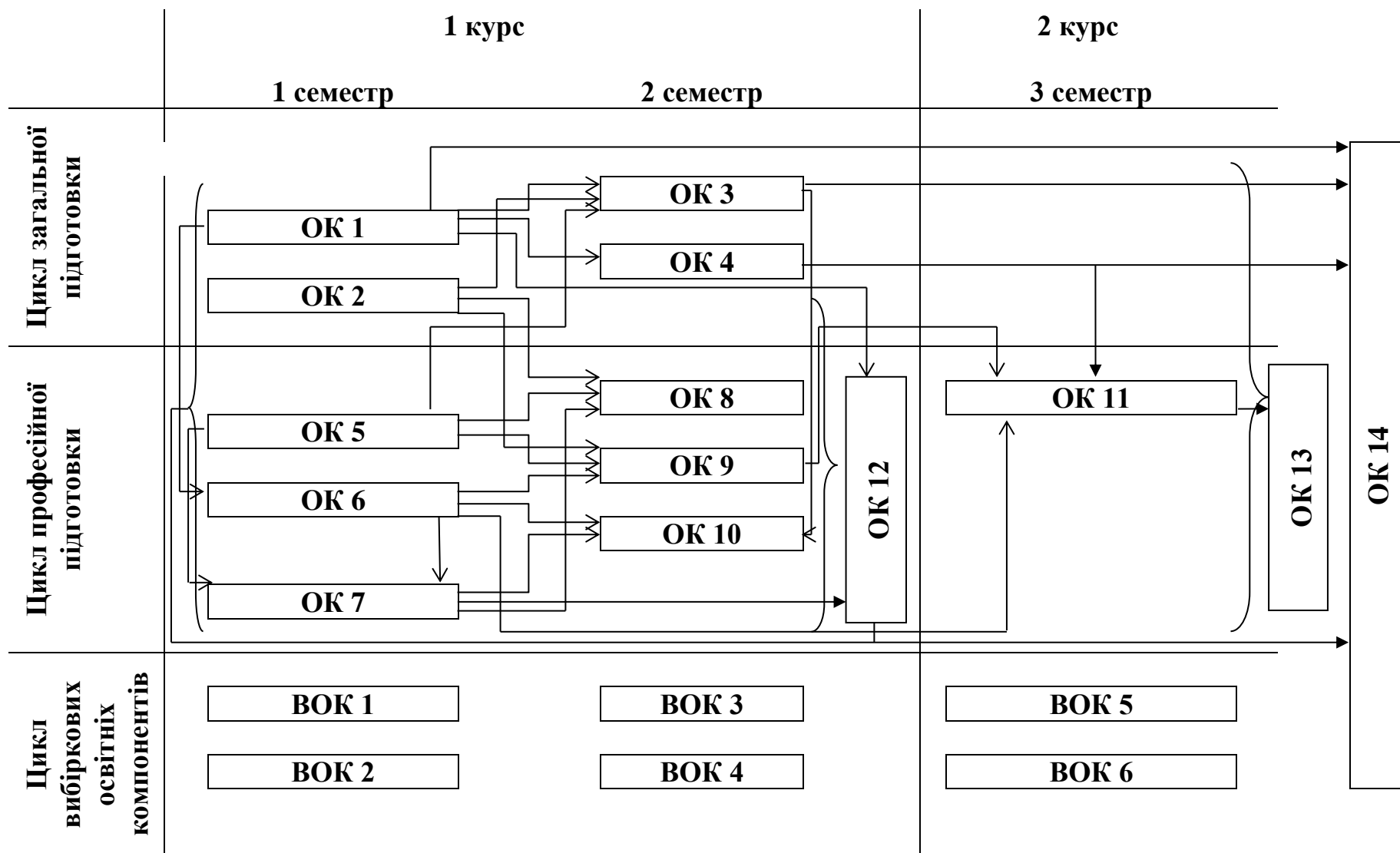
№ з/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження (кредитів / %)		
		Нормативні компоненти освітньої програми	Вибіркові компоненти освітньої програми	Всього за весь термін навчання
1	Цикл загальної підготовки	13/14,4	-	13/14,4
2	Цикл професійної підготовки	53/58,9	-	53/58,9
3	Цикл вибіркового освітніх компонентів	-	24/26,7	24/26,7
Всього за весь термін навчання		66/73,3	24/26,7	90/100

2.1. Перелік освітніх компонентів ОП

(номер п/п)	Освітні компоненти освітньої програми	Семестр / Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Методологія та організація наукових досліджень	1/4	екзамен
ОК 2	Інформаційні системи і технології в професійній діяльності	1/3	залік
ОК 3	Технології прийняття управлінських рішень	2/3	залік
ОК 4	Іноземна мова в науковій та професійній комунікації	2/3	залік
Цикл професійної підготовки			
ОК 5	Маркетинговий менеджмент	1/5	екзамен
ОК 6	Діагностика маркетингової та міжнародної логістичної діяльності	1/5	екзамен
ОК 7	Стратегічний маркетинг	1/5	екзамен
ОК 8	Інтегровані маркетингові комунікації	2/4	екзамен
ОК 9	Логістичний менеджмент	2/4,5	екзамен
ОК 10	Інноваційне підприємництво та управління проєктами	2/4	екзамен
ОК 11	Міжнародна логістика	3/4,5	екзамен
ОК 12	Виробнича практика	2/3,5	залік
ОК 13	Переддипломна практика	3/5,5	залік
ОК 14	Кваліфікаційна робота	3/12	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66 кредитів	
Цикл вибіркового освітніх компонентів			
ОК 1	Вибірковий освітній компонент 1	1/4	залік
ОК 2	Вибірковий освітній компонент 2	1/4	залік
ОК 3	Вибірковий освітній компонент 3	2/4	залік

ОК 4	Вибірковий освітній компонент 4	2/4	залік
ОК 5	Вибірковий освітній компонент 5	3/4	залік
ОК 6	Вибірковий освітній компонент 6	3/4	залік
Загальний обсяг вибірових освітніх компонентів		24 кредити	
Загальний обсяг освітньої програми		90 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	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 розміщена в репозитарії ВНУ імені Лесі Українки. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Матриці відповідностей компонентів освітньої програми Маркетинг та міжнародна логістика

4.1. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	<p>Знання</p> <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>Уміння</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>Комунікація</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>Автономія та відповідальність</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 - 8			
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) компетентності - 9				
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	УМ2	К2	АВ3

4.2. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Загальні компетентності										
	ЗК-1	ЗК-2	ЗК-3	ЗК-4	ЗК-5	ЗК-6	ЗК-7	ЗК-8			
Р 1											
Р 2	+	+									
Р 3	+					+		+			
Р 4	+	+		+							
Р 5						+		+			
Р 6	+							+			
Р 7		+	+								
Р 8		+			+						
Р 9	+										
Р 10	+	+									
Р 11						+					
Р 12	+							+			
Р 13	+		+								
Р 14				+	+						
Р 15						+					
Р 16			+			+					
Р 17	+			+							
Програмні результати навчання	Спеціальні (фахові) компетентності										
	СК-1	СК-2	СК-3	СК-4	СК-5	СК-6	СК-7	СК-8	СК-9	СК-10	СК-11
Р 1	+	+							+		
Р 2	+	+							+		
Р 3			+		+						
Р 4						+	+	+			
Р 5		+	+								
Р 6	+	+				+		+			
Р 7				+	+	+		+			
Р 8				+							
Р 9	+			+		+		+			
Р 10						+	+	+			
Р 11					+	+	+	+			
Р 12					+		+	+			
Р 13					+	+	+	+			
Р 14						+		+			
Р 15		+	+		+		+				
Р 16					+		+			+	
Р 17						+				+	+

**4.5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми
Маркетинг та міжнародна логістика**

	P-1	P-2	P-3	P-4	P-5	P-6	P-7	P-8	P-9	P-10	P-11	P-12	P-13	P-14	P-15	P-16	P-17
OK 1	+		+												+		
OK 2		+							+						+		
OK 3			+			+			+	+							
OK 4					+	+									+		+
OK 5			+			+				+			+				+
OK 6							+				+	+			+	+	
OK 7				+							+	+					
OK 8	+							+						+			
OK 9						+				+							+
OK 10				+	+	+						+					
OK 11														+		+	+
OK 12	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
OK 13	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
OK 14	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Гарант освітньої програми



Інна МИЛЬКО