

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор
Національного університету
«Львівська політехніка»

/Бобало Ю.Я./

2020 р.

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«Інтернет-маркетинг»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Другий (магістерський) рівень

(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Магістр

(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 – «Управління та адміністрування»

(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 – «Маркетинг»

(код та найменування спеціальності)

Розглянуто та затверджено
Вченою радою Університету
(протокол № 67)

від «24» 11

2020 р.)

Львів 2020 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти

Другий (магістерський)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

075 Маркетинг

Спеціалізація

Інтернет-маркетинг

Кваліфікація

Магістр з інтернет-маркетингу

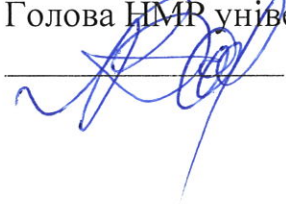
РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією
спеціальності 075 Маркетинг
Протокол № 3
від «07» жовтня 2020 р.

Голова НМК спеціальності
 С.В. Крикавський

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою
університету
Протокол № 50
від «27» жовтня 2020 р.

Голова НМР університету
 А.Г. Загородній

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи Національного університету
«Львівська політехніка»

 О.Р. Давидчак
« 26 » 10 2020 р.

Начальник Навчально-методичного
відділу університету

 В.М Свірідов
« 26 » 10 2020 р.

Директор ІНЕМ

 О.С. Кузьмін
« 26 » 10 2020 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого Наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.

Розроблено робочою групою науково-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

Гринкевич С.С.	– гарант освітньо-професійної програми, д.е.н, професор кафедри маркетингу і логістики
Крикавський Є.В.	– д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу і логістики
Косар Н.С.	– к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Глинський Н.Ю.	– к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Гайванович Н.В.	– к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Фігун Н.В.	– к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Довгунь О.С.	– к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики
Лозинський В.Т.	– к.е.н., ст. викл. кафедри маркетингу і логістики
Андрющенко О.В.	– виконавчий директор ТзОВ «Аккорд-тур»
Гладій У.В.	– студентка групи МКМА-21

Гарант ОПП,

д.е.н., професор, професор кафедри МЛ



С.С. Гринкевич

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту.

Протокол № 2 від «07» жовтня 2020 р.

Голова Вченої ради ІНЕМ

(підпис)

(прізвище, ініціали)

О.Є.Кузьмін

Затверджено та надано чинності

Наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка»

від «27» 11 2020 р. № 626-4-10

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного університету «Львівська політехніка».

1. Профіль програми магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за спеціалізацією «Інтернет-маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Львівська політехніка»
Повна назва кваліфікації мовою оригіналу	Освітня кваліфікація: Магістр з інтернет-маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Інтернет-маркетинг Internet-Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки
Наявність акредитації	Акредитована
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова(и) викладання	Українська та англійська мови
Основні поняття та їх визначення	У програмі використано основні поняття та їх визначення відповідно до Закону України «Про вищу освіту»
2 – Мета освітньої програми	
	Підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для успішного виконання професійних обов'язків у галузі управління та адміністрування за спеціалізацією «Інтернет-маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область	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 невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу; 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень з маркетингу та орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких можлива подальша професійна та наукова кар'єра: маркетолог, фахівець з питань зв'язків з громадськістю, менеджер (управитель) у сфері маркетингу у компаніях різних типів та сфер діяльності, викладач закладу вищої освіти.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітньо-професійна програма репрезентує спеціальну освіту та професійну підготовку магістрів, акцентуючи на розробці та управлінні комплексом маркетингу в мережі Інтернет <i>Ключові слова:</i> маркетинг, маркетингова діяльність, інтернет-маркетинг, медійна реклама, брендинг.
Особливості програми	
4 – Здатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця у приватному та публічному секторах, у різних галузях економіки на керівних посадах у сфері внутрішнього та міжнародного маркетингу, управління структурними підрозділами з маркетингу, широким спектром процесів та операцій у наданні маркетингових послуг, а також у закладах вищої освіти на посадах викладачів.
Академічні права випускників	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Поєднання лекцій, практичних занять, лабораторних робіт, консультацій із науково-педагогічної та професійною спільнотою із самостійною навчально-дослідною роботою, проходження практики та виконання магістерської кваліфікаційної роботи
Оцінювання	Екзамени, заліки, поточний контроль, захист курсових проектів та робіт, захист магістерської кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІНТ)	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними. ЗК9. Здатність до постійного самовдосконалення та оволодіння сучасними знаннями.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

	ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
Фахові компетентності спеціалізації (ФКС)	ФКС1. Здатність просувати товари та послуги з використанням інструментів пошукових систем та іншого програмного забезпечення ФКС 2. Здатність оптимізувати текстові і візуальні матеріали з метою ефективного просування товарів та послуг підприємства в мережі Інтернет
Фахові компетентності професійного спрямування (ФКП)	<i>Блок 01 Digital- маркетинг</i> ФКП 1.1. Здатність налагоджувати процес електронної комерції на основі омніканального підходу та здійснювати оцінювання ефективності наведеного процесу. ФКП 1.2. Здатність до організації систем збору та аналізу даних в мережі Інтернет. ФКП 1.3 Здатність до процесу розробки та реалізації стратегії Інтернет-просування товарів та послуг. <i>Блок 02 E-commerce маркетинг</i> ФКП 2.1. Здатність організувати ефективну систему обслуговування клієнтів з використанням Інтернет мережі ФКП 2.2. Вміння ефективно ідентифікувати попередні контакти зі споживачами та формувати ефективні маркетингові рішення ФКП 2.3. Здатність ефективно використовувати соціальні мережі та месенджери в управлінні
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 3. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

	ПРН 4. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 5. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН 6. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 7. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПРН 8. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН 9. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН 10. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН 11. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 12. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 13. Знати та розуміти важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення, дотримуватись морально-культурних цінностей.
Програмні результати навчання спеціалізації (ПРНС)	ПРНС 1. Вміти застосовувати програмне забезпечення для налагодження ефективного просування товарів та послуг в мережі Інтернет ПРНС 2. Розуміти сутність та вміти генерувати візуальний та текстовий матеріал, найбільш відповідний очікуванням споживача продукту чи послуги підприємства
Програмні результати навчання професійного спрямування (ПРПС)	<i>Блок 01 Digital-маркетинг</i> ПРПС 1.1. Уміння організовувати торговельну діяльність суб'єкта господарювання з використанням мережі інтернет. ПРПС 1.2. Формування інформаційних вхідних та вихідних потоків з використанням мережі інтернет. ПРПС 1.3. Уміння планувати та реалізувати крос-платформну координацію маркетингових комунікацій в мережі Інтернет <i>Блок 02 E-commerce маркетинг</i> ПРПС 2.1. Вміти визначити оптимальну модель систем електронної комерції та застосувати її функціональні можливості для проведення бізнес-операцій в мережі Інтернет. ПРПС 2.2. Уміння надавати (придбавати) послуги, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології глобальної мережі Інтернет. ПРПС 2.3. Здатність до інтеграції маркетингових комунікацій в електронних медіа для забезпечення системності заходів просування

Комунікація (КОМ)	КОМ1. Здатність презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. КОМ2. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. КОМ3. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу
Автономія і відповідальність (АіВ)	АіВ1. Здатність адаптуватись до нових непередбачуваних ситуацій та приймати оперативні рішення; АіВ2. Здатність усвідомлювати необхідність навчання впродовж усього життя з метою поглиблення набутих та здобуття нових фахових знань; АіВ3. Здатність відповідально ставитись до виконуваної роботи, самостійно приймати рішення, досягати поставленої мети з дотриманням вимог професійної етики; АіВ4. Спроможність продукувати креативні ідеї, розробляти та управляти інноваційними проектами, самостійно та колективно виконувати професійні завдання.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	85 % науково-педагогічних працівників задіяних до викладання професійно-орієнтованих дисциплін зі спеціальності 075 «Маркетинг» мають наукові ступені та вчені звання.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Використання сучасного програмного забезпечення: MS Project, MS Visio, «Diamond» FMS, SPSS.
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	Використання віртуального навчального середовища Національного університету «Львівська політехніка» та авторських розробок науково-педагогічних працівників.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та університетами України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе, після вивчення курсу української мови.

**2. Розподіл змісту
освітньо-професійної програми
за групами компонентів та циклами підготовки**

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо- професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо- професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	2	3	4	5
1.	Цикл загальної підготовки	3/3	3/3	6/6
2.	Цикл професійної підготовки	63/70	21/24	84/94
Всього за весь термін навчання		66/73	24/27	90/100

3. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
СК1.1.	Соціальна відповідальність у маркетингу	3	диф. залік
Всього за цикл:		3	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
(для спеціальності)			
СК2.1.	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
СК2.2.	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
СК2.3.	Фінансовий менеджмент	4	екзамен
СК2.4.	Маркетингова політика розподілу	6	екзамен
СК2.5.	Стратегічний маркетинг (КП)	3	диф. залік
Всього за спеціальністю:		22	
(для спеціалізації)			
СК2.6.	Веб аналітика	4	екзамен
СК2.7.	Управління цифровим контентом	4	екзамен
СК2.8.	Управління цифровим контентом (КП)	3	диф. залік
Всього за спеціалізацією		11	
СК2.9.	Практика за темою магістерської кваліфікаційної роботи	12	диф. залік
СК2.10	Виконання магістерської кваліфікаційної роботи	15	
СК2.11	Захист магістерської кваліфікаційної роботи	3	
Всього за цикл:		63	
Всього за групу компонентів:		66	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
Всього за цикл:		3	диф.залік
<i>2. Цикл професійної підготовки:</i>			
Блок 0100: Digital- маркетинг			
ВБ1.1.	Репутаційний digital-менеджмент	5	екзамен
ВБ1.2.	Електронна комерція	4	екзамен
ВБ1.3.	Блогінг та партнерський маркетинг	4	екзамен
ВБ1.4.	Репутаційний digital-менджмент (КП)	3	диф. залік
Блок 0200: E-commerce маркетинг			
ВБ2.1.	Інтегрований цифровий маркетинг	5	екзамен
ВБ2.2.	E-commerce менеджмент	4	екзамен
ВБ2.3.	Блогінг та ремаркетинг	4	екзамен
ВБ2.4.	Інтегрований цифровий маркетинг (КП)	3	диф. залік
Всього:		16	
Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм			
Всього:		5	диф. залік
Всього за вибіркові компоненти		24	
Всього за освітньо-професійну програму		90	

4. Форма атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня 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 оприлюднена на офіційному сайті Національного університету «Львівська політехніка» та/або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

5. Матриця відповідності програмних компетентностей навчальним компонентам

	СК1.1	СК2.1	СК2.2	СК2.3	СК2.4	СК2.5	СК2.6	СК2.7	СК2.8	СК2.9	СК2.10	СК2.11	ВБ1.1	ВБ1.2	ВБ1.3	ВБ1.4	ВБ2.1	ВБ2.2	ВБ2.3	ВБ2.4
ІНТ	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК1		•	•		•	•	•		•		•		•		•		•			•
ЗК2								•			•	•	•		•	•	•		•	•
ЗК3	•			•	•		•			•				•				•		
ЗК4		•	•			•														
ЗК5	•	•										•	•			•	•			•
ЗК6			•			•	•			•	•									
ЗК7	•			•						•	•				•				•	
ЗК8								•	•		•			•	•			•	•	
ЗК9	•	•			•					•	•		•				•			
ФК1		•			•						•	•								
ФК2		•								•	•		•	•			•	•		
ФК3							•		•	•	•		•				•			
ФК4	•				•				•		•		•			•	•			•
ФК5				•			•			•	•									
ФК6		•			•										•				•	
ФК7	•		•	•		•		•			•									
ФК8		•						•			•			•				•		
ФК9			•			•									•	•			•	•
ФКС1							•	•	•	•	•	•								
ФКС2							•	•	•											
ФКП1.1														•	•					
ФКП1.2													•			•				
ФКП1.3													•	•	•					
ФКП2.1																	•	•	•	•
ФКП2.2																	•	•	•	
ФКП2.3																		•	•	•

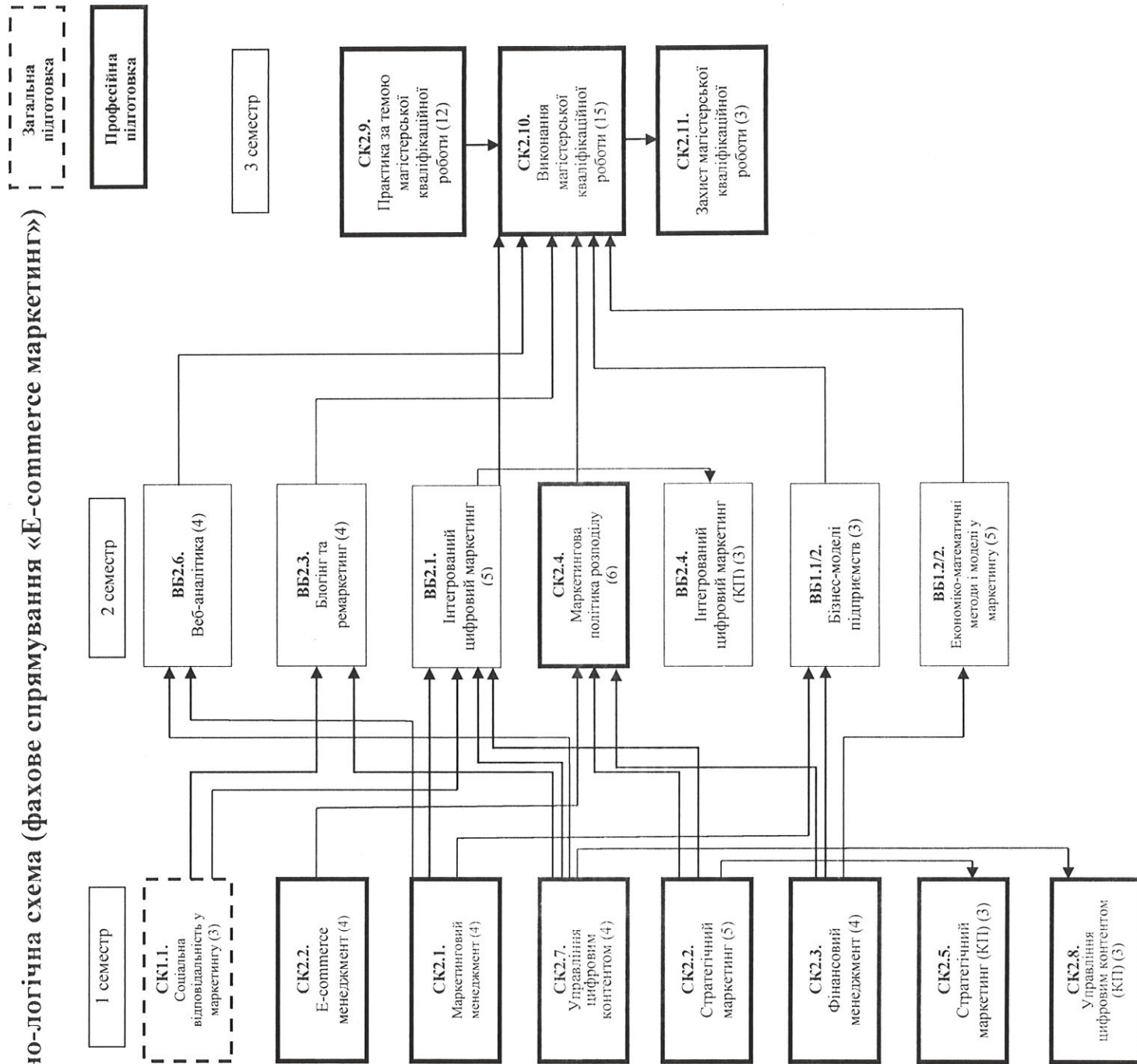
Умовні позначення: СКі – обов’язкова дисципліна, ВБі – вибіркова дисципліна, і – номер дисципліни у переліку компонент освітньої складової, ІНТ – інтегральна компетентність, ЗКj – загальна компетентність, ФКj – фахова компетентність спеціальності, ФКПj – фахова компетентність за професійним спрямуванням, j – номер компетентності у переліку компетентностей освітньої складової.

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідним компонентам освітньої програми

	СК1.1	СК2.1	СК2.2	СК2.3	СК2.4	СК2.5	СК2.6	СК2.7	СК2.8	СК2.9	СК2.10	СК2.11	ВБ1.1	ВБ1.2	ВБ1.3	ВБ1.4	ВБ2.1	ВБ2.2	ВБ2.3	ВБ2.4
ПРН1	•	•	•		•	•	•			•	•		•	•	•	•	•	•	•	•
ПРН2	•	•	•	•		•	•			•	•		•			•	•			•
ПРН3	•	•			•			•	•	•	•			•	•			•	•	
ПРН4		•		•			•	•	•	•	•		•	•		•	•	•		•
ПРН5	•	•	•							•	•			•	•			•	•	
ПРН6		•		•	•		•	•	•	•	•	•	•		•	•	•		•	•
ПРН7			•			•		•	•	•	•									
ПРН8		•	•			•								•				•		
ПРН9					•								•			•	•			•
ПРН10			•			•				•	•	•								
ПРН11				•			•						•			•	•			•
ПРН12			•			•				•	•									
ПРН13	•	•								•	•				•				•	
ПРНС1							•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	
ПРНС2							•	•	•											
ПРПС1.1														•	•					
ПРПС1.2													•	•	•	•				
ПРПС1.3													•			•			•	
ПРПС2.1																		•	•	
ПРПС2.2																	•	•		•
ПРПС2.3																	•	•		•
КОМ1	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
КОМ2		•	•	•		•	•	•	•	•	•		•			•	•			•
КОМ3	•	•										•	•		•	•	•		•	•
АіВ1		•			•					•	•	•	•			•	•			•
АіВ2	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
АіВ3	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
АіВ4								•			•	•	•	•		•	•			•

Умовні позначення: СКі – обов’язкова дисципліна, ВБі – вибіркова дисципліна, і – номер дисципліни у переліку компонент освітньої складової, ПРН_т – програмні результати навчання, ПРНС_т – програмні результати навчання спеціалізації, ПРПС_т – програмні результати навчання професійного спрямування, КОМ_т – програмні результати (комунікація), АіВ_т – програмні результати (автономія і відповідальність), т – номер програмного результату у переліку програмних результатів освітньої складової.

Структурно-логічна схема (фахове спрямування «E-commerce маркетинг»)



Структурно-логічна схема (фахове спрямування «Digital-маркетинг»)

