

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

**Ректор
Національного університету
«Львівська політехніка»**

_____ /Бобало Ю.Я./
«_____» _____ 20__ р.

**ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ»**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	_____ <u>Другий (магістерський) рівень</u> _____ (назва рівня вищої освіти)
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	_____ <u>Магістр</u> _____ (назва ступеня вищої освіти)
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 – «Управління та адміністрування»</u> (шифр та назва галузі знань)
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	_____ <u>075 – «Маркетинг»</u> _____ (код та найменування спеціальності)

Розглянуто та затверджено
Вченою радою Університету
(протокол № _____
від «_____» _____ 20__ р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
Кваліфікація	Магістр маркетингу

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією спеціальності 075 Маркетинг
Протокол № ____
від « ____ » _____ 20__ р.

Голова НМК спеціальності
_____ Є.В. Крикавський

ПОГОДЖЕНО

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

_____ О.Р. Давидчак
« ____ » _____ 20__ р.

Начальник Навчально-методичного відділу університету

_____ В.М. Свіридов
« ____ » _____ 20__ р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою університету
Протокол № ____
від « ____ » _____ 20__ р.

Голова НМР університету
_____ А.Г. Загородній

Директор ІНЕМ

_____ О.Є. Кузьмін
« ____ » _____ 20__ 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 та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.

Розроблено робочою групою науково-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг» Національного університету «Львівська політехніка» 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., доц. кафедри маркетингу і логістики;
- Мних О.Б. – д.е.н., проф. 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
- Карпій О.П. – к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу і логістики;
- Андрющенко О.В. – виконавчий директор ТзОВ «Аккорд-тур»;
- Заяць Г.О. – заст. начальника управління економіки, начальник відділу ділових індустрій ЛМР;
- Вірт М.Я. – к.е.н., директор ПП «ВІКНА-ЦЕНТР»;
- Лазоренко І.О. – економіст ТОВ «БУДІВЕЛЬНИЙ АЛЬЯНС МОНТАЖПРОЕКТ»;
- Бабич О. В. – студентка групи МКМА-11 другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»

Гарант ОПП

_____ Гринкевич С.С.

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради Інституту економіки та менеджменту Національного університету «Львівська політехніка».

Протокол № __ від «__» _____ 20__ р.

Голова Вченої ради ІНЕМ _____ О.Є. Кузьмін

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка»

від «__» _____ 20__ р. № _____

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

**1. Профіль магістра з галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
зі спеціальності 075 «Маркетинг»
за освітньо-професійної програми «Інтернет-маркетинг»**

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Львівська політехніка»
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Інтернет-маркетинг
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 Не менше 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Обмеження щодо форм навчання	Денна і заочна
Мова(и) викладання	Українська мова
Основні поняття та їх визначення	У програмі використано основні поняття та їх визначення відповідно до Закону України «Про вищу освіту», а також Стандарту вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 - Маркетинг.
2 – Мета освітньої програми	
Мета	Підготовка висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та відповідними компетентностями (загальними та професійними), необхідними для творчого та ефективного вирішення дослідницьких і практичних завдань в галузі маркетингу з використанням інструментів інтернет-маркетингу, цифрових технологій.
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

	<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; 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, методика 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>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях, результатах сучасних наукових досліджень, методах, організаційно-технічних рішеннях в області управління, економіки та маркетингу. Програма орієнтована на отримання актуальних в даній галузі знань і навичок, які сприятимуть подальшій професійній або науковій кар'єрі в закладах вищої освіти, науково-дослідних установах, у бізнес-структурах, державних установах та громадських організаціях.</p>
Основний фокус освітньої програми	<p>Освітньо-професійна програма репрезентує спеціальну освіту та професійну підготовку магістрів, акцентуючи на розробці та управлінні комплексом маркетингу в мережі Інтернет</p> <p>Ключові слова: маркетинг, інтернет-маркетинг, цифровий контент, веб-аналітика, електронна комерція.</p>
Особливості програми	<p>Основний фокус програми – багатопрофільна система теоретичної та практичної підготовки сучасних фахівців з маркетингу, яка передбачає підвищення рівня знань та навичок з інтернет-маркетингу з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу, поглиблення професійних цифрових і комунікаційних компетентностей з управління маркетинговими інноваціями, покращення ефективності процесу електронної комерції на засадах омніканального підходу, розробкою маркетингових стратегій та формуванням управлінських рішень для просування товарів та послуг у мережі Інтернет, маркетингу в соціальних мережах, контент маркетингу з урахуванням вимог економічного середовища.</p> <p>ОПП містить можливість вибору здобувачем однієї з двох індивідуальної професійної лінії, яка дозволить посилити рівень фахових компетентностей професійного спрямування.</p> <p>Освітній процес ґрунтується на реалізації принципу поліаспектної інтеграції змісту освітньої підготовки, новітніх інтерактивних технологіях навчання, а також використанні сучасних ІКТ.</p>
4 – Здатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>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</p>

	операцій у наданні маркетингових послуг, а також у закладах вищої освіти на посадах викладачів, наукових співробітників.
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 лекційних, практичних, лабораторних занять, консультацій із науково-педагогічними працівниками та практикуючими фахівцями із самостійною навчально-дослідною роботою, написання курсових проєктів, проходження практики та виконання магістерської кваліфікаційної роботи. Залучення студентів до участі у конкурсах та олімпіадах, наукових конференціях. Застосовуються інноваційні технології дистанційного навчання.
Оцінювання	Екзамени - письмово-усна форма (тестування, відповіді на проблемні ситуації та питання, розв'язання задач, усне опитування), заліки, поточний контроль, захист курсових проєктів, лабораторних, контрольних та індивідуальних робіт, звітів про проходження практики. Підсумкова атестація – 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 проєкти 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.

	<p>ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
Фахові компетентності професійного спрямування (ФКП)	<p><i>Лінія 01 Digital- маркетинг</i></p> <p>ФКП 1. Здатність налагоджувати процес електронної комерції на основі омніканального підходу та здійснювати оцінювання ефективності наведеного процесу.</p> <p>ФКП 2. Здатність до організації систем збору та аналізу даних в мережі Інтернет.</p> <p>ФКП 3. Здатність до процесу розробки та реалізації стратегії Інтернет-просування товарів та послуг.</p> <p><i>Лінія 02 E-commerce маркетинг</i></p> <p>ФКП 4. Здатність організувати ефективну систему обслуговування клієнтів з використанням Інтернет мережі</p> <p>ФКП 5. Вміння ефективно ідентифікувати попередні контакти зі споживачами та формувати ефективні маркетингові рішення</p> <p>ФКП 6. Здатність ефективно використовувати соціальні мережі та месенджери в управлінні</p>
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання (ПРН)	<p>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу</p> <p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p>

	<p>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПРН 16. Знати та розуміти важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення, дотримуватись морально-культурних цінностей.</p>
Програмні результати навчання професійного спрямування (ПРПС)	<p><i>Лінія 01 Digital-маркетинг</i></p> <p>ПРПС 1. Уміння організувати торговельну діяльність суб'єкта господарювання з використанням мережі інтернет.</p> <p>ПРПС 2. Формування інформаційних вхідних та вихідних потоків з використанням мережі інтернет.</p> <p>ПРПС 3. Вміння планувати та реалізувати крос-платформну координацію маркетингових комунікацій в мережі Інтернет</p> <p><i>Лінія 02 E-commerce маркетинг</i></p> <p>ПРПС 4. Вміти визначити оптимальну модель систем електронної комерції та застосувати її функціональні можливості для проведення бізнес-операцій в мережі Інтернет.</p> <p>ПРПС 5. Уміння надавати (придбавати) послуги, використовуючи інформаційно-комунікаційні технології глобальної мережі Інтернет.</p> <p>ПРПС 6. Здатність до інтеграції маркетингових комунікацій в електронних медіа для забезпечення системності заходів просування</p>
Комунікація (КОМ)	<p>КОМ1. 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>КОМ2. Використання іноземних мов у професійній діяльності.</p>
Автономія і відповідальність (АіВ)	<p>АіВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування.</p> <p>АіВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди</p> <p>АіВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	<p>90 % науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання професійно-орієнтованих дисциплін зі спеціальності 075 «Маркетинг», мають наукові ступені та вчені звання. Усі науково-педагогічні працівники пройшли відповідні стажування та</p>

	підвищення кваліфікації, у т.ч. закордонні, деякі з них мають досвід роботи за фахом.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Використання лекційних аудиторій, обладнаних мультимедійною технікою, лабораторій для проведення лабораторних і практичних занять з використанням ПК. Використання сучасних прикладних програм та програмних продуктів: MS Office, MS Project, MS Visio, «Diamond» FMS, SPSS, SurveyMonkey.
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	Використання платформи дистанційного навчання «Віртуальне навчальне середовище» НУ «Львівська політехніка» та авторських розробок науково-педагогічних працівників – конспектів лекцій з дисциплін, методичних вказівок, підручників та навчальних посібників з грифом МОН України та грифом Вченої ради НУ «Львівська політехніка».
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.	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	диф. залік
Всього за цикл:		3	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
СК2.1.	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
СК2.2.	Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент	5	екзамен
СК2.3.	Фінансовий менеджмент	4	диф. залік
СК2.4.	Соціальна відповідальність бізнесу	6	екзамен
СК2.5.	Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент (КП)	3	диф. залік
СК2.6.	Веб-аналітика	4	екзамен
СК2.7.	Управління цифровим контентом	4	екзамен
СК2.8.	Управління цифровим контентом (КП)	3	диф. залік
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>			
<i>Лінія 0100: Digital- маркетинг</i>			
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
<i>Лінія 0200: E-commerce маркетинг</i>			
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 освітніх 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	<p>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.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті Національного університету «Львівська політехніка» або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

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	•					•		•	•	•	•					•				
ФКП1														•	•					
ФКП2							•						•			•				
ФКП3								•	•	•	•	•	•	•	•					
ФКП4							•	•	•								•	•	•	•
ФКП5																	•	•	•	
ФКП6								•	•	•	•	•						•	•	•

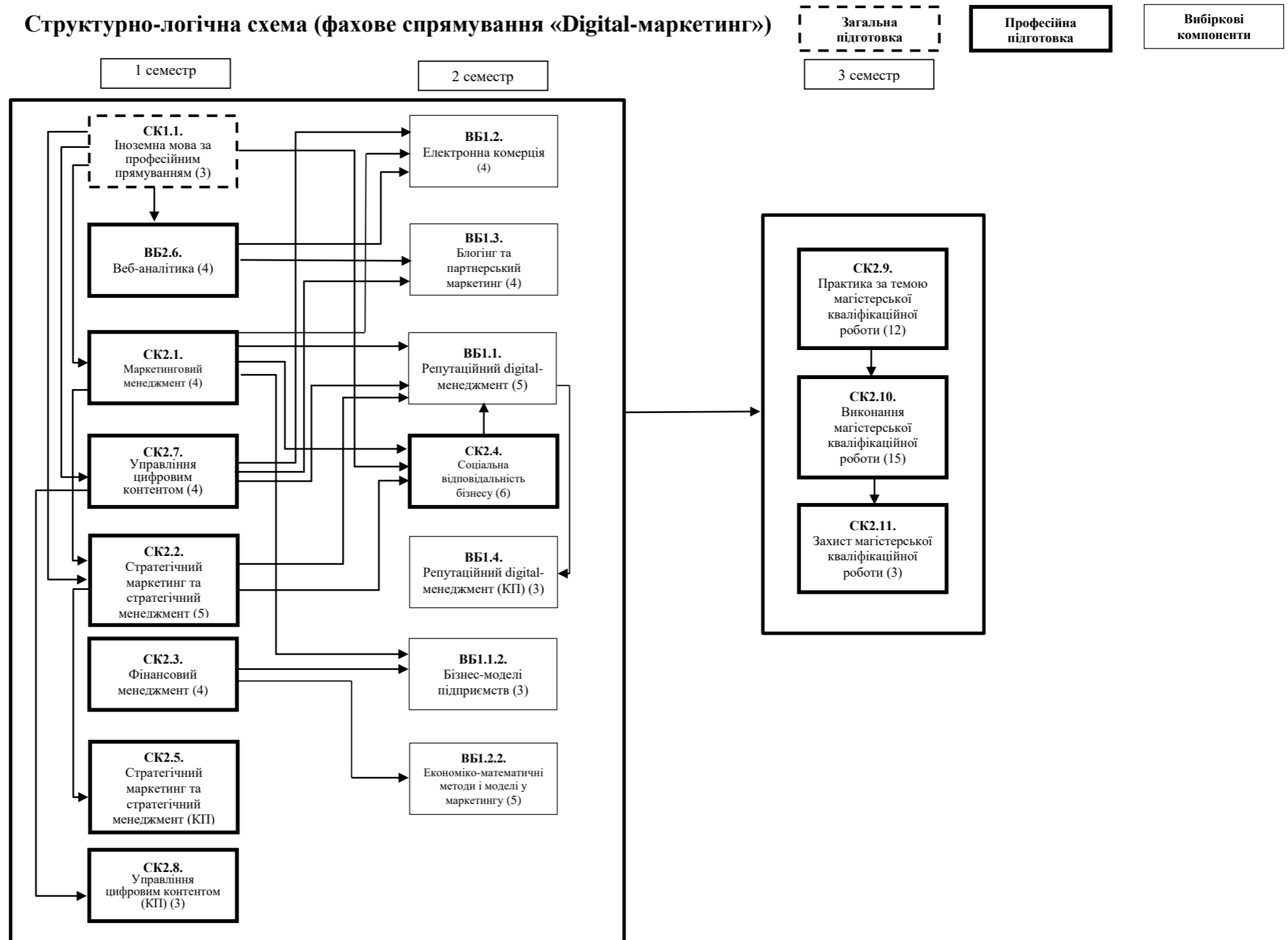
Умовні позначення: СКі – обов’язкова дисципліна, ВБі – вибіркова дисципліна, і – номер дисципліни у переліку компонент освітньої складової, ІНТ – інтегральна компетентність, ЗКj – загальна компетентність, ФКj – фахова компетентність спеціальності, ФКПj – фахова компетентність професійного спрямування, 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	
ПРН14				
ПРН15
ПРН16		
ПРПС1						
ПРПС2											
ПРПС3							
ПРПС4								
ПРПС5						
ПРПС6							
КОМ1	
КОМ2
АіВ1	
АіВ2			
АіВ3													

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 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 «Digital-маркетинг»)



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

Загальна підготовка

Професійна підготовка

Вибіркові компоненти

