

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»  
Відокремлений структурний підрозділ Навчально-науковий інститут  
підприємництва та перспективних технологій



«З А Т В Е Р Д Ж У Ю»

Ректор  
Національного університету  
«Львівська політехніка»

Бобало Ю.Я.  
2019 р.

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

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Перший (бакалаврський) рівень</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Бакалавр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 - Управління та адміністрування</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>075 - Маркетинг</u>

Розглянуто та затверджено  
на засіданні Вченої ради  
Університету  
від «25» 06 2019 р.  
протокол № 56

# ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

## освітньо-професійної програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Перший (бакалаврський) рівень</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Бакалавр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 - Управління та адміністрування</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>075 - Маркетинг</u>
СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ	-
КВАЛІФІКАЦІЯ	<u>Бакалавр з маркетингу</u>

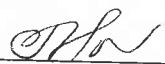
### РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією  
спеціальностей галузі знань  
07 «Управління та адміністрування»  
Протокол № 3  
від «10» 06 2019 р.


Голова НМК  М.Л.Лапішко

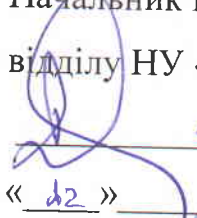
### РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою ВСП  
ННІПТТ НУ «Львівська політехніка»  
Протокол № 6  
від «11» 06 2019 р.


Голова НМР  
 М.Л.Лапішко

### ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної  
роботи НУ «Львівська політехніка»  
 О.Р. Давидчак  
«12» 06 2019 р.

Начальник Навчально-методичного  
відділу НУ «Львівська політехніка»  
 В.М. Свіридов  
«12» 06 2019 р.

Директор ВСП НН ІПТТ НУ  
«Львівська політехніка»

 Й.Я. Хром'як  
«  »    2019 р.

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено у відповідності із Стандартом вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг, затвердженим і введеним в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Розроблено робочою групою науково-методичної комісії спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Відокремленого структурного підрозділу Навчально-науковий інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка» у складі:

Лисяк Н.М. – к.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки і маркетингу – керівник робочої групи;

Батьковець Н.О. – к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу;

Олексюк Г.В. – к.е.н., доцент кафедри економіки і маркетингу

Лех І.А. – к.е.н., старший викладач кафедри економіки і маркетингу;

Цубов Л.В. – к.і.н., доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу;

Калінська О.П. – к.п.н., старший викладач кафедри економіки і маркетингу;

Цубов Л.В. – к.і.н., доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу;

Колінко Н.О. – старший викладач кафедри економіки і маркетингу;

### За участі зовнішніх стекхолдерів:

1. Попадинець Назарій Миколайович – старший науковий співробітник відділу регіональної економічної політики Інституту регіональних досліджень НАН України;
2. Виперака Наталія Ярославівна – ГК «Плай», керівник відділу маркетингу;
3. Гуменний Олег Степанович – провідний фахівець ДП «Арена-Львів».
4. Леда Андрій Олегович – директор готелю «Нобіліс», м.Львів

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради Відокремленого структурного підрозділу Навчально-науковий інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка»

Протокол № 4 від «12» 06 2019 р.

Директор ВСП НН ІПТТ  
НУ «Львівська політехніка»



Й.Я. Хром'як

Затверджено та надано чинності

Наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка»

від «05» 07 2019 р. № 383-1-10

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

## II. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Національний університет «Львівська політехніка»
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	07-Управління і адміністрування
<b>Спеціальність</b>	075-Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Без обмежень
<b>Освітня кваліфікація</b>	Бакалавр з маркетингу
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитована
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська мова
<b>Основні поняття та їх визначення</b>	У програмі використано основні поняття та їх визначення відповідно до Закону України «Про вищу освіту»
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Об'єктом <i>вивчення</i> є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>• <i>Цілі навчання</i> – підготовка бакалаврів із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Теоретичний зміст предметної області</i> маркетингу ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингової політики розподілу, маркетингових комунікацій, логістики, інформаційних систем і технологій в маркетингу, цифрового маркетингу, математичних і статистичних методів у маркетингу з врахуванням глобалізаційних процесів.</li> <li>• <i>Методи, методика та технології</i>: бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Інструменти та обладнання</i>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li> </ul>

<b>Академічні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна

### III. ОБСЯГ КРЕДИТІВ ЄКТС, НЕОБХІДНИХ ДЛЯ ЗДОБУТТЯ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

<b>Обсяг освітньої програми бакалавра</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</li> <li>• на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): <ul style="list-style-type: none"> <li>- спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li> <li>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.</li> </ul> </li> </ul> <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених цим Стандартом вищої освіти.</p>
---	---

### IV. ПЕРЕЛІК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА

<b>Інтегральна компетентність (ІНТ)</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p>

	<p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності (ФК)</b>	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності</p>

**V. НОРМАТИВНИЙ ЗМІСТ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ, СФОРМУЛЬОВАНИЙ У ТЕРМІНАХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

<b>Результати навчання (РН)</b>	<p>Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p>
---------------------------------	--

	<p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. 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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
<b>Знання (ЗН)</b>	<p>ЗН1. Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень.</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності</p>
<b>Уміння (УМ)</b>	<p>УМ1. Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів</p>



<b>Комунікація (К)</b>	К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію
<b>Автономія і відповідальність (АВ)</b>	АВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах. АВ2. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб. АВ3. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<b>Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</b>	70% науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання професійно-орієнтованих дисциплін зі спеціальності 075 «Маркетинг» мають наукові ступені або вчені звання.
<b>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</b>	Універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти
<b>Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення</b>	Використання віртуального навчального середовища Національного університету «Львівська політехніка» та авторських розробок науково-педагогічних працівників.
<b>Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та університетами України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.

### 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	83/35	5/3	88/38
2.	Цикл професійної та практичної підготовки	90/40	62/22	152/62
Всього за весь термін навчання		173/75	67/25	240/100

## 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
<b>Обов'язкові компоненти спеціальності</b>			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
СК1.	Іноземна мова (за проф. спрямуванням) ч.1	5	Залік
СК2.	Українська мова (за проф. спрямуванням)	3	Екзамен
СК3.	Історія державності та культури України	5	Екзамен
СК4.	Політологія	4	Екзамен
СК5.	Філософія	3	Екзамен
СК6.	Математика для економістів, частина 1	6	Екзамен
СК7.	Іноземна мова (за проф. спрямуванням) ч.2	4	Екзамен
СК8.	Інформатика для економістів	5	Залік
СК9.	Політична економія	6	Екзамен
СК10.	Математика для економістів, частина 2	6	Екзамен
СК11.	Прикладна інформатика	4	Залік
СК12.	Мікроекономіка	6	Екзамен
СК13.	Економіко-математичні методи і моделі, ч.1 (економетрія)	5	Залік
СК14.	Психологія управління	4	Залік
СК15.	Економіко-математичні методи і моделі, ч.2 (оптимізаційні методи і моделі)	5	Залік
СК16.	Макроекономіка	6	Екзамен
СК17.	Регіональна економіка	6	Залік
<b>Всього за цикл:</b>		<b>83</b>	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
СК18.	Фінанси	6	Екзамен
СК19.	Бухгалтерський облік	6	Екзамен
СК20.	Основи охорони праці та безпека життєдіяльності	3	Залік
СК21.	Економіка підприємства	6	Екзамен
СК22.	Менеджмент	6	Екзамен
СК23.	Товарознавство	6	Екзамен
СК24.	Маркетинг	5	Екзамен
СК25.	Маркетингові дослідження	6	Екзамен
СК26.	Логістика	6	Екзамен
СК27.	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
СК28.	Маркетингова політика комунікацій	5	Екзамен
СК29.	Маркетингова політика ціноутворення	5	Екзамен
СК30.	Історія економіки та теорії маркетингу	5	Екзамен
СК31.	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен
СК32.	Організація маркетингових досліджень на ринку товарної продукції (КР)	3	Залік
СК.33.	Виробнича практика	10,5	Залік
СК.34.	Кваліфікаційний екзамен	1,5	
<b>Всього за цикл:</b>		<b>90</b>	
<b>Всього за групу компонентів:</b>		<b>173</b>	

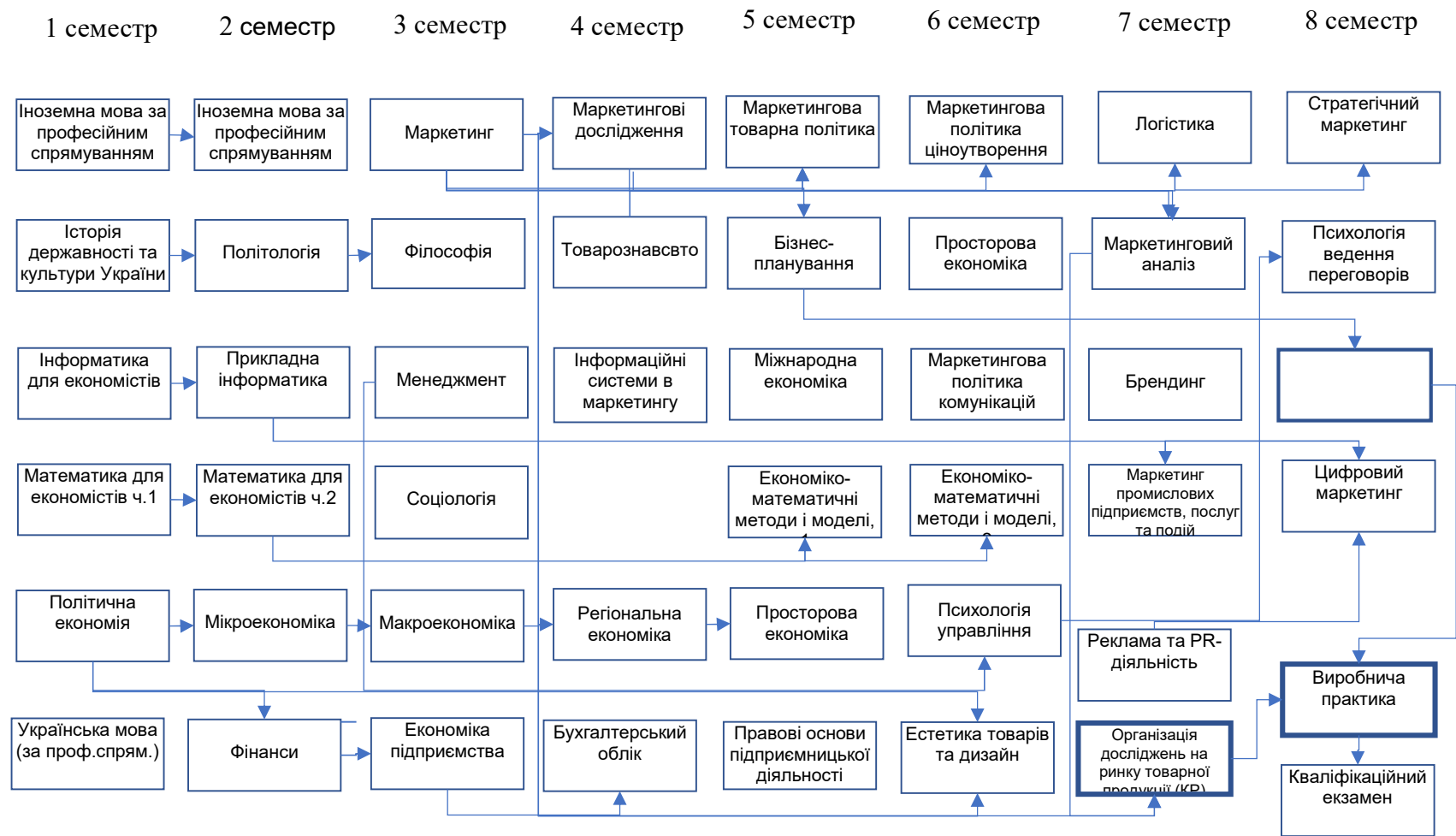
<b>Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми</b>			
<b>Вибіркові блоки компонентів</b>			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
	Правові основи підприємницької діяльності	5	
	Соціологія	5	
	Інформаційні системи в маркетингу	5	
<b>Всього за цикл:</b>		<b>15</b>	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
<i>Компоненти вибіркового блоку 01: Цифровий маркетинг</i>			
ВБ.1	Просторова економіка	5	Екзамен
ВБ.2	Цифровий маркетинг	5	Екзамен
ВБ.3	Маркетинг промислових підприємств, послуг та подій	6	Екзамен
ВБ.4	Психологія ведення переговорів	5	Залік
ВБ.5	Естетика товарів та дизайн	3	Залік
ВБ.6	Бізнес-планування	5	Екзамен
ВБ.7	Маркетинговий аналіз	6	Екзамен
ВБ.8	Реклама і PR - діяльність	6	Екзамен
ВБ.9	Брендинг	6	Екзамен
ВБ.10	Міжнародна економіка	5	Екзамен
<b>Всього за цикл:</b>		<b>52</b>	
<i>Компоненти вибіркового блоку 02: Регіональний маркетинг</i>			
ВБ.1	Історія економіки та економічної думки	6	Екзамен
ВБ.2	Рекламний менеджмент	4	Залік
ВБ.3	Основи дизайну	4	Екзамен
ВБ.4	Економіка міст і територій	4	Екзамен
ВБ.5	Міжнародний маркетинг	6	Екзамен
ВБ.6	Маркетинговий менеджмент	6	Екзамен
ВБ.7	Мерчандайзинг	6	Екзамен
ВБ.8	Стандартизація і сертифікація товарів і послуг	6	Екзамен
ВБ.9	Інтерактивний маркетинг	5	Екзамен
ВБ.10	Нейромаркетинг	5	Залік
<b>Всього за цикл:</b>		<b>52</b>	
<b>Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програми</b>			
<b>Всього за вибіркові компоненти</b>		<b>67</b>	
<b>Всього за освітньо-професійну програму</b>		<b>240</b>	

## **VI. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену
<b>Вимоги до атестаційного екзамену</b>	Атестаційний екзамен (екзамени) має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти..

**Матриця відповідності визначених стандартом компетентностей  
дескрипторам нрк (6-й рівень, бакалаврський)**

<b>Класифікація компетентностей за НРК</b>	<b>Знання</b>	<b>Уміння</b>	<b>Комунікація</b>	<b>Автономія і відповідальність</b>
<b>Загальні компетентності - 14</b>				
<b>ЗК1</b>				<b>АВ2</b>
<b>ЗК2</b>				<b>АВ2</b>
<b>ЗК3</b>		<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	
<b>ЗК4</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ1</b>		
<b>ЗК5</b>			<b>К2</b>	<b>АВ1</b>
<b>ЗК6</b>	<b>ЗН2</b>			
<b>ЗК7</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ1</b>		<b>АВ1</b>
<b>ЗК8</b>		<b>УМ1</b>		
<b>ЗК9</b>		<b>УМ1</b>		
<b>ЗК10</b>			<b>К1</b>	
<b>ЗК11</b>			<b>К2</b>	<b>АВ1</b>
<b>ЗК12</b>			<b>К2</b>	
<b>ЗК13</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>		
<b>ЗК14</b>		<b>УМ1</b>	<b>К2</b>	<b>АВ2</b>
<b>Спеціальні (фахові компетентності) - 14</b>				
<b>ФК1</b>	<b>ЗН1</b>		<b>К1</b>	
<b>ФК2</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	
<b>ФК3</b>		<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	
<b>ФК4</b>	<b>ЗН2</b>		<b>К1</b>	<b>АВ2</b>
<b>ФК5</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>		
<b>ФК6</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	
<b>ФК7</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	
<b>ФК8</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>ФК9</b>	<b>ЗН1</b>		<b>К1</b>	
<b>ФК10</b>	<b>ЗН1</b>	<b>УМ1</b>		
<b>ФК11</b>	<b>ЗН2</b>	<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	
<b>ФК12</b>		<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>ФК13</b>		<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>
<b>ФК14</b>		<b>УМ1</b>	<b>К1</b>	<b>АВ1</b>



### 9. Матриця взаємозв'язку програмних компетентностей та компонентів освітньої програми спеціальності "Маркетинг"

	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності													
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14
СК1										+							+											
СК2	+	+												+														
СК3	+	+																										
СК4	+	+										+																
СК5	+	+										+																
СК6																												
СК7										+											+							
СК8																							+					
СК9	+	+							+																			
СК10																												
СК11									+														+					
СК12						+																						
СК13																												
СК14			+									+												+				
СК15																												
СК16						+						+																
СК17						+						+		+														
СК18															+			+			+		+			+		+
СК19																												
СК20													+															
СК21																												
СК22																												
СК23																												
СК24						+									+		+		+					+				
СК25									+						+				+	+								
СК26																			+									
СК27						+									+		+	+			+	+						
СК28						+									+		+	+			+	+						
СК29						+									+		+	+			+	+						
СК30		+															+											
СК31															+			+										
СК32								+	+						+	+		+	+		+							
СК33										+													+					
СК34								+								+		+				+						

## 10. Матриця забезпечення результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми зі спеціальності "Маркетинг"

Результати навчання																		
	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	PH9	PH10	PH11	PH12	PH13	PH14	PH15	PH16	PH17	PH18
СК1						+												
СК2																		
СК3																		
СК4																		+
СК5			+															
СК6			+															
СК7			+				+											
СК8												+						
СК9																		
СК10									+									
СК11									+	+		+						
СК12													+					
СК13																		
СК14													+			+	+	
СК15																		
СК16													+					
СК17				+														
СК18				+					+	+	+							
СК19				+														
СК20																		
СК21				+														
СК22				+														
СК23																		
СК24	+		+		+		+										+	+
СК25	+		+					+							+		+	
СК26																		
СК27	+		+		+													
СК28	+		+		+													
СК29	+		+		+												+	
СК30		+			+													
СК31					+												+	
СК32						+										+	+	
СК33												+						
СК34						+				+	+					+	+	

### 11. Матриця забезпечення результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми зі спеціальності "Маркетинг" (вибірковий блок)

	Результати навчання																			
	PH1	PH1	PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	PH7	PH8	PH9	PH10	PH11	PH12	PH13	PH14	PH15	PH16	PH17	PH18
B51									+			+		+					+	
B52								+				+				+				
B53												+	+							
B54	+														+					
B55												+	+							+
B56												+	+		+					
B57									+		+	+								
B58												+							+	+
B59				+				+		+						+				+
B510																	+			
B51									+			+		+					+	
B52						+		+				+				+				
B53												+	+							
B54	+														+					
B55												+	+							+
B56												+	+		+					
B57									+		+	+								
B58												+							+	+
B59								+		+						+				+
B510																	+			



