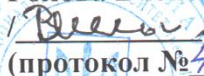


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ
Львівського національного університету
імені Івана Франка

Голова Вченої ради

 Володимир МЕЛЬНИК
(протокол № 46/4 від «26» квітня 2023 р.)

Освітня програма в оновленій редакції
вводиться в дію з 1 вересня 2023 р.



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
“Маркетинг”

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю	075	Маркетинг
галузі знань	07	Управління та адміністрування

Львів - 2023

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу
(протокол №7 від «22» березня 2023 р.)

Завідувач кафедри маркетингу

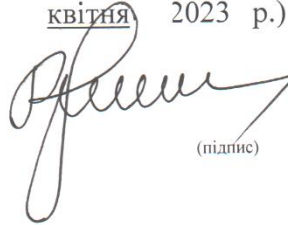


(підпис)

Євген МАЙОВЕЦЬ
(прізвище, ініціали)

Розглянуто та ухвалено на засіданні Вченої ради економічного факультету
протокол № 4 від «05» квітня 2023 р.)

Голова Вченої ради
економічного факультету



(підпис)

Ростислав МИХАЙЛИШИН

(прізвище, ініціали)

ПЕРЕДМОВА

Програму розроблено та оновлено робочою групою (науково-методичною комісією спеціальності № 075 Маркетинг) Львівського національного університету імені Івана Франка у складі:

- 1 Майовець Є.Й. – д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу
- 2 Городняк І.В. – к.с.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
- 3 Кушнір Т.М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
- 4 Сохецька А.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
- 5 Кузик О.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
- 6 Гнилякевич-Проць І.З. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
- 7 Врублевська О.В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу
- 8 Зінцьо Ю.В. – к.е.н., доцент кафедри маркетингу
- 9 Майовець О.Я. – директор Приватного підприємства «Західно-Українська Рекламна Компанія «АртПром»
- 10 Колісник О.І. – студент групи ЕкнМ-11с.

Із залученням студентів, аспірантів, представників студентського самоврядування, що навчаються на спеціальності 075 «Маркетинг» Львівського національного університету імені Івана Франка.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Борисова Т.М. - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Західноукраїнського національного університету

Дайновський Ю.А. - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету

Кирилюк Є.М. - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

Гарант освітньої програми



(підпис)

Євген МАЙОВЕЦЬ
(прізвище та ініціали)

**Профіль освітньо-професійної програми
зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Львівський національний університет імені Івана Франка Економічний факультет
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний ступінь, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію освітньої програми № 3745, дійсний до 01.07.2028 року
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL -7 рівень
Передумови	Освітній ступінь «бакалавр» або освітньо-кваліфікаційний рівень «спеціаліст» та згідно з Правилами прийому до Львівського національного університету імені Івана Франка
Мова(-и) викладання	Українська мова, частково англійська
Термін дії освітньої програми	До наступного планового оновлення, не перевищуючи періоду акредитації
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://econom.lnu.edu.ua/academics/master/curriculum-marketing
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка професіоналів із маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, здатні вирішувати управлінські завдання.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	<p>Галузь знань 07 Управління та адміністрування</p> <p>Спеціальність 075 Маркетинг</p> <p>Об’єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>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.</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: система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій,</p>

	<p>необхідних для забезпечення ефективного управління системою маркетингу і виконання науково-дослідних завдань.</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	Освітньо-професійна програма підготовки магістра
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Загальна освіта в галузі 07 Управління та адміністрування/ спеціальності 075 Маркетинг</p> <p>Прийняття обґрунтованих професійних рішень з метою розв'язання складних задач і проблем у галузі управління системою маркетингу відповідно умов динамічного зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності суб'єктів господарювання, що передбачає проведення маркетингових досліджень.</p> <p>Ключові слова: аграрний маркетинг, роздрібна торгівля, рекламний менеджмент, логістичний менеджмент, маркетинговий менеджмент, брендинг, дослідження в маркетингу.</p>
Особливості програми	<p>Програма дає можливість набутти комплексні знання та професійні навички самостійної практичної роботи в управлінні системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності.</p> <p>Серед складових освітньо-професійної програми викладання навчальних дисциплін фахового спрямування англійською мовою (за згодою студентів).</p> <p>Студенти мають можливість брати участь у наукових семінарах та конференціях, у програмах міжнародної кредитної мобільності згідно з укладеними угодами між ЛНУ імені Івана Франка та закордонними закладами вищої освіти.</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p><i>Місця роботи:</i> Первинні посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною) аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, торговельно-посередницьких організаціях, структурах біржової діяльності, експертно-консультаційних компаніях, наукових та проектних установах, органах державного управління та місцевого самоврядування, громадських організаціях. Зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; контролю якості; маркетингових досліджень; реклами та PR, а також в органах державного управління усіх рівнів, у навчальних закладах, науково-дослідних установах тощо для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, здійснення складних економічних розрахунків, проведення наукових досліджень.</p> <p><i>Посади:</i> 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1475 Менеджери (управителі) з досліджень ринку, вивчення суспільної думки 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки</p>

	2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі освіти дорослих.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання. Лекції, практичні заняття, самостійна робота з підручниками, навчальними посібниками та конспектами лекцій, консультації з викладачами, виконання курсової роботи, проходження практик, підготовка кваліфікаційної роботи магістра.
Система оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюють за національною шкалою і єдиною кредитно-трансферною системою (ЄКТС), яке ґрунтується на врахуванні результатів поточного та підсумкового контролю за 100-бальною шкалою. Усне і письмове опитування, оцінювання роботи в малих групах, тестування, виконання і захист лабораторних робіт та індивідуальних завдань, проведення екзаменів та заліків з урахуванням накопичених балів поточного контролю, атестацію випускника (публічний захист кваліфікаційної роботи) здійснюють відповідно до “Положення про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті імені Івана Франка”.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу у 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.
Спеціальні (фахові) компетентності	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 реалізувати 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.
	СК10. Здатність організовувати та здійснювати маркетингову діяльність в сфері роздрібної торгівлі
7 - Програмні результати навчання	
ПРН 1.	Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
ПРН 2.	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН 3.	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ПРН 4.	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН 5.	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.
ПРН 6.	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН 7.	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН 8.	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН 9.	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН 10.	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН 11.	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
ПРН 12.	Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.
ПРН 13.	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН 14.	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН 15.	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
ПРН 16.	Застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм розвитку закладів роздрібної торгівлі
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Професорсько-викладацький склад, що задіяний до викладання навчальних дисциплін за спеціальністю відповідають Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності на другому (магістерському) рівні вищої освіти.
Матеріально-технічне забезпечення	Навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, оснащені сучасними комп'ютерами, аудиторії з мультимедійною технікою та інтернетом, мультимедійні пристрої для вивчення фахових дисциплін.

Інформаційне навчально-методичне забезпечення	та Сайт ЛНУ ім. Івана Франка (https://lnu.edu.ua/), сайт економічного факультету (https://econom.lnu.edu.ua/), сторінка кафедри у Facebook (https://www.facebook.com/1494026304230204/). Електронний каталог Наукової бібліотеки Університету, система дистанційного навчання Університету, розроблені електронні курси з навчальних дисциплін у електронній системі Moodle, методичний фонд кафедри, доступ до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science (періодичні англomовні видання). Навчально-методичне забезпечення розробляється та систематично оновлюється науково-педагогічними працівниками кафедри, розміщується на сайті кафедри (силабуси та робочі навчальні програми дисциплін), платформі дистанційного навчання, бібліотечних фондах.
9 - Академічна мобільність	
Національна мобільність	кредитна Студенти можуть брати участь у програмах національної кредитної мобільності згідно з укладеними угодами про співпрацю між ЛНУ імені Івана Франка та іншими закладами вищої освіти України. На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом імені Івана Франка та іншими університетами України: Миколаївський державний університет імені В. О. Сухомлинського. Рік укладання договору: 2009 р. (автоматична пролонгація); Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. Термін дії договору: 2015-2025 рр.; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. Рік укладання договору: 2005 р. (безстроково); Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. Рік укладання договору: 2015 р. (безстроково); Донецький національний університет. Термін дії договору: 2016-2026 рр.; Львівський національний аграрний університет. Термін дії договору: 2017-2027 рр. Донецький національний університет імені Василя Стуса. Термін дії договору 2022-2025 рр.
Міжнародна мобільність	кредитна У рамках програми ЄС Erasmus+ на основі двосторонніх договорів між Університетом та навчальними закладами країн-партнерів: Університет Кадіс (Іспанія); термін дії угоди по 2024 р. Університет ім. Ф. Шиллера (Німеччина); термін дії угоди по 2027 р. Стамбульський університет Кюльтюр (Туреччина); термін дії угоди по 2024 р. Уппсальський університет (Швеція); термін дії угоди по 2024 р. Детальну інформацію розміщено на сайті відділу міжнародних зв'язків за посиланням: https://international.lnu.edu.ua/european-programmes-and-projects/erasmus/
Навчання здобувачів вищої освіти	іноземних Згідно Правил прийому до Львівського національного університету імені Івана Франка та за умови знання ними української мови

1. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент Освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. НОРМАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
1.1. Цикл загальної підготовки			
ЗК1.1.01	Управління конфліктами	4	залік
ЗК1.1.02	Професійна етика в маркетингу	3	залік
1.2. Цикл професійної та практичної підготовки			
ПП1.2.01	Логістичний менеджмент	5	екзамен
ПП1.2.02	Рекламний менеджмент	5	екзамен
ПП1.2.03	Стратегічний маркетинг	6	екзамен
ПП1.2.04	Аграрний маркетинг	5	екзамен
ПП1.2.05	Бренд-менеджмент	4	екзамен
ПП1.2.06	Маркетинг у роздрібній торгівлі	6	екзамен
ПП1.2.07	Курсова робота	5	диф. залік
ПП1.2.08	Виробнича практика	6	диф. залік
ПП1.2.09	Виробнича (переддипломна практика)	3	диф. залік
ПП1.2.10	Кваліфікаційна робота	12	публічний захист в ЕК
Загальний обсяг нормативних навчальних дисциплін:		64	
2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
2.1. Дисципліни вільного вибору студента			
2.1.1. Цикл загальної підготовки			
ЗК2.1.1.01	Дисципліна вільного вибору	3	залік
2.1.2. Цикл професійної та практичної підготовки			
ПП2.1.01	Моделювання маркетингової діяльності Управління ризиками	4	залік
ПП2.1.02	Економічна безпека в сфері маркетингу Захист економічної інформація	4	залік
ПП2.1.03	Маркетинговий менеджмент Продакт-менеджмент	4	залік
ПП2.1.04	Товарна інноваційна політика Маркетингова інфраструктура	3,5	залік
ПП2.1.05	Міжнародний маркетинг Управління маркетинговою інформаційною системою в організації	3,5	залік
ПП2.1.06	Інтернет-маркетинг Онлайн-комунікації у маркетингу	4	залік
Загальний обсяг вибіркового навчальних дисциплін:		26	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ:		90	

2. Структурно-логічна схема Освітньої програми

На рис.1 використані такі умовні позначення: ОПП – освітньо-професійна програма; ННД – нормативні навчальні дисципліни; ВНД – вибіркові навчальні дисципліни; ЦЗП – цикл загальної підготовки; ЦППП – цикл професійної та практичної підготовки; ДВВС – дисципліни вільного вибору студента; ЦЗП – цикл загальної підготовки; ЦППП – цикл професійної та практичної підготовки.

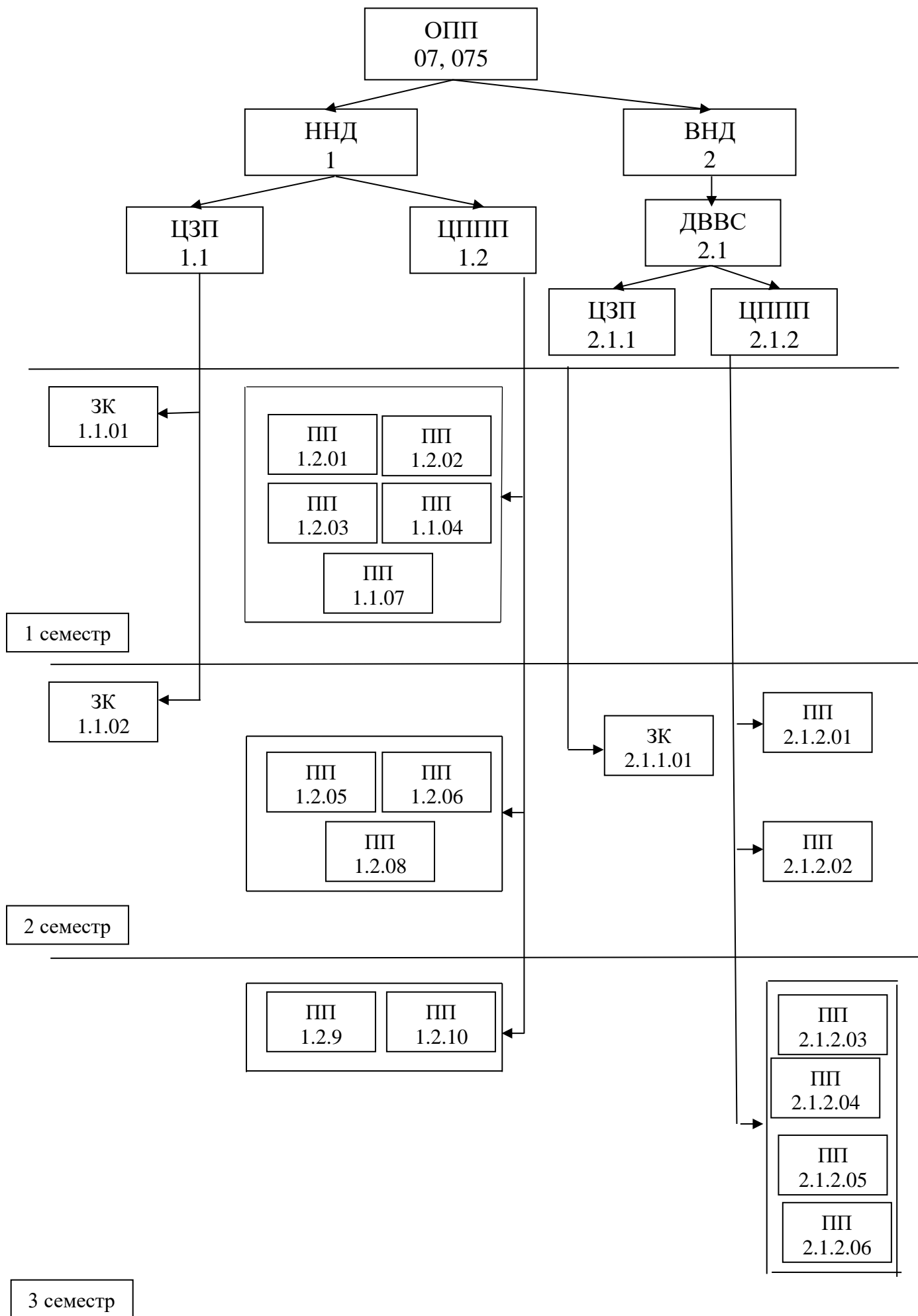


Рис. 1. Структурно-логічна схема освітньої програми

2. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація магістрів освітньо-професійної програми спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту 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. Процедура перевірки на плагіат визначає Університет.

Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можна включати представників роботодавців і їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Атестація випускників здійснюється у відповідності з Положенням “Про екзаменаційну комісію у Львівському національному університеті імені Івана Франка”.

Атестація випускників завершується видачею документу встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: Магістр маркетингу.

Кваліфікаційну роботу оприлюднюють в репозиторії Львівського національного університету імені Івана Франка.

3. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

№ за порядком	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Компетентності																	
		Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності									
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10
ЗК1.1.01	Управління конфліктами				●	●									●				
ЗК1.1.02	Професійна етика в маркетингу				●	●					●								
ПП1.2.01	Логістичний менеджмент			●				●	●	●					●		●		●
ПП1.2.02	Рекламний менеджмент	●	●								●	●							
ПП1.2.03	Стратегічний маркетинг	●							●					●	●	●		●	●
ПП1.2.04	Аграрний маркетинг	●			●			●		●	●								
ПП1.2.05	Бренд-менеджмент		●			●			●						●	●	●		
ПП1.2.06	Маркетинг у роздрібній торгівлі	●	●			●					●		●	●					●
ПП1.2.07	Курсова робота						●			●		●						●	●
ПП1.2.08	Виробнича практика			●	●	●	●			●				●					●
ПП1.2.09	Виробнича (переддипломна практика)			●	●	●	●			●				●	●	●			●
ПП1.2.10	Кваліфікаційна робота		●				●			●	●	●						●	●

Примітки:

- – компетентність, яка набувається

**4. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

№ за порядком	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Програмні результати навчання															
		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
ЗК1.1.01	Управління конфліктами						•		•		•				•		
ЗК1.1.02	Професійна етика в маркетингу	•					•		•						•	•	
ПП1.2.01	Логістичний менеджмент			•	•	•	•			•					•		•
ПП1.2.02	Рекламний менеджмент	•	•	•						•		•					
ПП1.2.03	Стратегічний маркетинг		•		•		•			•		•	•		•		•
ПП1.2.04	Аграрний маркетинг	•	•	•	•					•	•		•			•	
ПП1.2.05	Бренд-менеджмент		•			•	•		•							•	
ПП1.2.06	Маркетинг у роздрібній торгівлі	•	•				•	•	•			•	•	•	•	•	•
ПП1.2.07	Курсова робота	•	•	•		•										•	•
ПП1.2.08	Виробнича практика	•	•	•		•	•		•							•	•
ПП1.2.09	Виробнича (переддипломна практика)	•	•	•		•	•		•					•	•	•	•
ПП1.2.10	Кваліфікаційна робота	•		•		•		•								•	•

Примітки:

- – програмні результати навчання, які набувається.

Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання	Компетентності																		
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності									
		ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10
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	+			+			+												+

