

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 – «Маркетинг»

галузі знань 07 – «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр маркетингу; викладач економіки

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради _____ В.В.Стибель

(протокол № _____ від «__» _____ 2021 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1.09.2021 р.

Ректор _____ В.В.Стибель

(наказ № _____ від «__» _____ 2021 р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Кваліфікація

перший (бакалаврський)
07 – «Управління та адміністрування»
075 – «Маркетинг»
бакалавр маркетингу;
викладач економіки

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією
спеціальності 075 – «Маркетинг»
Протокол № __ від «__» _____ 2021 р.
Голова навчально-методичної
комісії спеціальності
_____ С.І. Поперечний

РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною радою
факультету економіки та менеджменту
Протокол № __ від «__» _____ 2021 р.
Голова навчально-методичної ради
факультету
_____ С.І. Поперечний

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету
економіки та менеджменту
Протокол № __ від «__» _____ 2021 р.
Голова вченої ради факультету
_____ О.Я. Гримак

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Доцент, завідувач кафедри маркетингу
_____ С.І. Поперечний
«__» _____ 2021 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи Львівського національного
університету ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З.Гжицького
_____ І.В. Двилюк
«__» _____ 2021 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 – «Маркетинг» галузі знань 07 – «Управління та адміністрування» розроблено на основі Стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 5.12.2018 р. № 1343

Розробники освітньо-професійної програми:

Поперечний С. І. – к. е. н., завідувач кафедри маркетингу (керівник групи);

Бабич Л. В. – к. е. н., доцент кафедри маркетингу;

Сендецька С. В. – к. е. н., доцент кафедри маркетингу;

Стефанишин І. М. – радник директора оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шувар»;

Лютко О.В. – студентка факультету економіки та менеджменту спеціальності «Маркетинг».

Рецензії-відгуки роботодавців:

№	ППП	Місце праці	Посада	Шлях до рецензії, відгуків на сайті університету
1				
2				
3				
4				

Рецензії-відгуки випускників:

№	ППП	Місце праці	Посада, виконувана робота (за умови працевлаштування)	Шлях до рецензії, відгуків на сайті університету
1				
2				
3				
4				

1. Профіль освітньо - професійної програми для здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 075 – «Маркетинг»

1.1. Загальна інформація	
<i>Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ</i>	Факультет економіки та менеджменту Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького
<i>Рівень вищої освіти</i>	Перший (бакалаврський) рівень
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Бакалавр
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому</i>	Диплом бакалавра, одиничний
<i>Галузь знань</i>	07 – «Управління та адміністрування»
<i>Спеціальність</i>	075 – «Маркетинг»
<i>Освітня кваліфікація</i>	Бакалавр маркетингу
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Ступінь вищої освіти – бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – «Маркетинг»
<i>Обсяг програми</i>	<ul style="list-style-type: none"> • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») здобутого за спеціальностями галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальністю 051 «Економіка» –120 кредитів ЄКТС, термін навчання – 2 роки
<i>Організація, що здійснює акредитацію</i>	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитована спеціальність «Маркетинг». Сертифікат серії НД - II № 1475458 дійсний до 1 липня 2025 р
<i>Рівень програми</i>	6 рівень Національної рамки кваліфікацій України (НРК), 6 рівень Європейської рамки кваліфікацій для навчання впродовж життя (EQF LLL), Перший цикл Європейського простору вищої освіти (FQ-ENEА)
<i>Передумови</i>	Повна загальна середня освіта або ступінь вищої освіти «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст»)
<i>Мова викладання</i>	Українська мова
<i>Термін дії освітньої програми</i>	1 липня 2025 року
<i>Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	http://lvet.edu.ua/navchalna-robota/osvitni-prohramy.html
1.2. Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
1.3. Характеристика програми	
<i>Опис предметної області</i>	<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 бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>

<i>Фокус програми</i>	Маркетингова діяльність як поведінка суб'єкта господарювання в ринковому середовищі для реалізації його економічних та соціальних інтересів. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, система маркетингових комунікацій.
<i>Орієнтація програми</i>	Бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
<i>Особливості програми</i>	Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій, логістики, інформаційних систем і технологій в маркетингу, математичних і статистичних методів з врахуванням глобалізаційних процесів.
1.4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Відповідні робочі місця у сільськогосподарських підприємствах різної форми власності, підприємствах, що здійснюють переробку сільськогосподарської продукції, організаціях, що відносяться до фізичних елементів інфраструктури аграрного ринку.
<i>Академічні права випускників</i>	Можливе подальше продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти.
1.5. Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
<i>Оцінювання</i>	Усні та письмові екзамени, заліки, захист звіту з практики, захист курсових робіт, державна атестація випускника
1.6. Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність вивіщувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<i>Загальні компетентності</i>	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

<p><i>Спеціальні (фахові) компетентності</i></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
--	--

1.7. Програмні результати навчання

<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. 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>P14. 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>
--

1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Понад 80% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені
<i>Матеріально – технічне забезпечення</i>	Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам, повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби, забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів, соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку
<i>Інформаційне та навчально – методичне забезпечення</i>	Належна забезпеченість бібліотеки підручниками та посібниками, вітчизняними і закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до джерел Internet, авторських розробок професорсько-викладацького складу.
1.9. Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького та вищими навчальними закладами України
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Укладено договір між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького і Університетом прикладних знань та інформатики (м. Лодзь, Польща) про спільну українсько – польську підготовку з видачею двох дипломів
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Можливе після вивчення курсу української мови

2 Перелік компонент та структурно – логічна схема освітньо – професійної програми

2.1. Перелік компонент освітньо - професійної програми

№	Компоненти	Обсяг кредитів		Семестр								Форма підсумкового контролю
		ЕКТС	%	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1.	Обов'язкові навчальні компоненти	168	70									
1.1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3		x								Залік диференційований
1.2.	Історія України та цивілізаційний процес	4		x								Екзамен
1.3.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4		x								Залік диференційований
1.4.	Філософія	4		x								Екзамен
1.5.	Політекономія	4		x								Екзамен
1.6.	Соціологія	4		x								Екзамен
1.7.	Інформатика	7		x	x							Залік, екзамен
1.8.	Математика для економістів:											
1.8.1.	Вища математика	8		x	x							Залік, екзамен
1.8.2.	Теорія ймовірності і математична статистика	4			x							Залік диференційований
1.9.	Макроекономіка	5			x							Екзамен
1.10.	Мікроекономіка	4			x							Екзамен
1.11.	Економіка підприємства	5			x							Екзамен
1.12.	Економіко-математичні методи та моделі:											
1.12.1.	Оптимізаційні методи та моделі	4			x							Залік диференційований
1.12.2.	Економетрика	5				x						Екзамен
1.13.	Історія економіки та економічної думки	5				x						Екзамен
1.14.	Менеджмент	4				x						Екзамен
1.15.	Статистика	4				x						Екзамен
1.16.	Економіка праці і соціально трудових відносин	5					x					Екзамен
1.17.	Регіональна економіка	5					x					Екзамен
1.18.	Міжнародна економіка	4					x					Екзамен
1.19.	Маркетинг	10					x	x				Екзамен
1.20.	Економічний аналіз	5						x				Екзамен
1.21.	Інформаційні системи і технології маркетингу	4						x				Екзамен
1.22.	Маркетингові дослідження	5							x			Екзамен
1.23.	Маркетингова товарна політика	5							x			Екзамен
1.24.	Економіка і організація обслуговуючих кооперативів у сільському господарстві	5								x		Екзамен
1.25.	Поведінка споживача	5								x		Екзамен
1.26.	Логістика	5								x		Екзамен
1.27.	Маркетингове ціноутворення	6								x		Екзамен
1.28.	Міжнародний маркетинг	5								x		Екзамен
1.29.	Маркетингова політика комунікацій	5									x	Екзамен
1.30.	Маркетинг промислового підприємства	5									x	Екзамен
1.31.	Маркетинг послуг	5									x	Екзамен
1.32.	Виробнича практика	6									x	Захист звіту
2	Вибіркові навчальні компоненти	72	30									
2.1.	Вибіркова дисципліна 1	3				x						Залік

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2.2.	Вибіркова дисципліна 2	3				x						Залік
2.3.	Вибіркова дисципліна 3	3				x						Залік
2.4.	Вибіркова дисципліна 4	3				x						Залік
2.5.	Вибіркова дисципліна 5	3					x					Залік
2.6.	Вибіркова дисципліна 6	3					x					Залік
2.7.	Вибіркова дисципліна 7	3					x					Залік
2.8.	Вибіркова дисципліна 8	3					x					Залік
2.9.	Вибіркова дисципліна 9	3						x				Залік
2.10.	Вибіркова дисципліна 10	3						x				Залік
2.11.	Вибіркова дисципліна 11	3						x				Залік
2.12.	Вибіркова дисципліна 12	3						x				Залік
2.13.	Вибіркова дисципліна 13	3						x				Залік
2.14.	Вибіркова дисципліна 14	3							x			Залік
2.15.	Вибіркова дисципліна 15	3							x			Залік
2.16.	Вибіркова дисципліна 16	3							x			Залік
2.17.	Вибіркова дисципліна 17	3							x			Залік
2.18.	Вибіркова дисципліна 18	3							x			Залік
2.19.	Вибіркова дисципліна 19	3								x		Залік
2.20.	Вибіркова дисципліна 20	3								x		Залік
2.21.	Вибіркова дисципліна 21	3								x		Залік
2.22.	Вибіркова дисципліна 22	3									x	Залік
2.23.	Вибіркова дисципліна 23	3									x	Залік
2.24.	Вибіркова дисципліна 24	3									x	Залік
Разом		240	100	30	30	30	30	30	30	30	30	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо - професійної програми

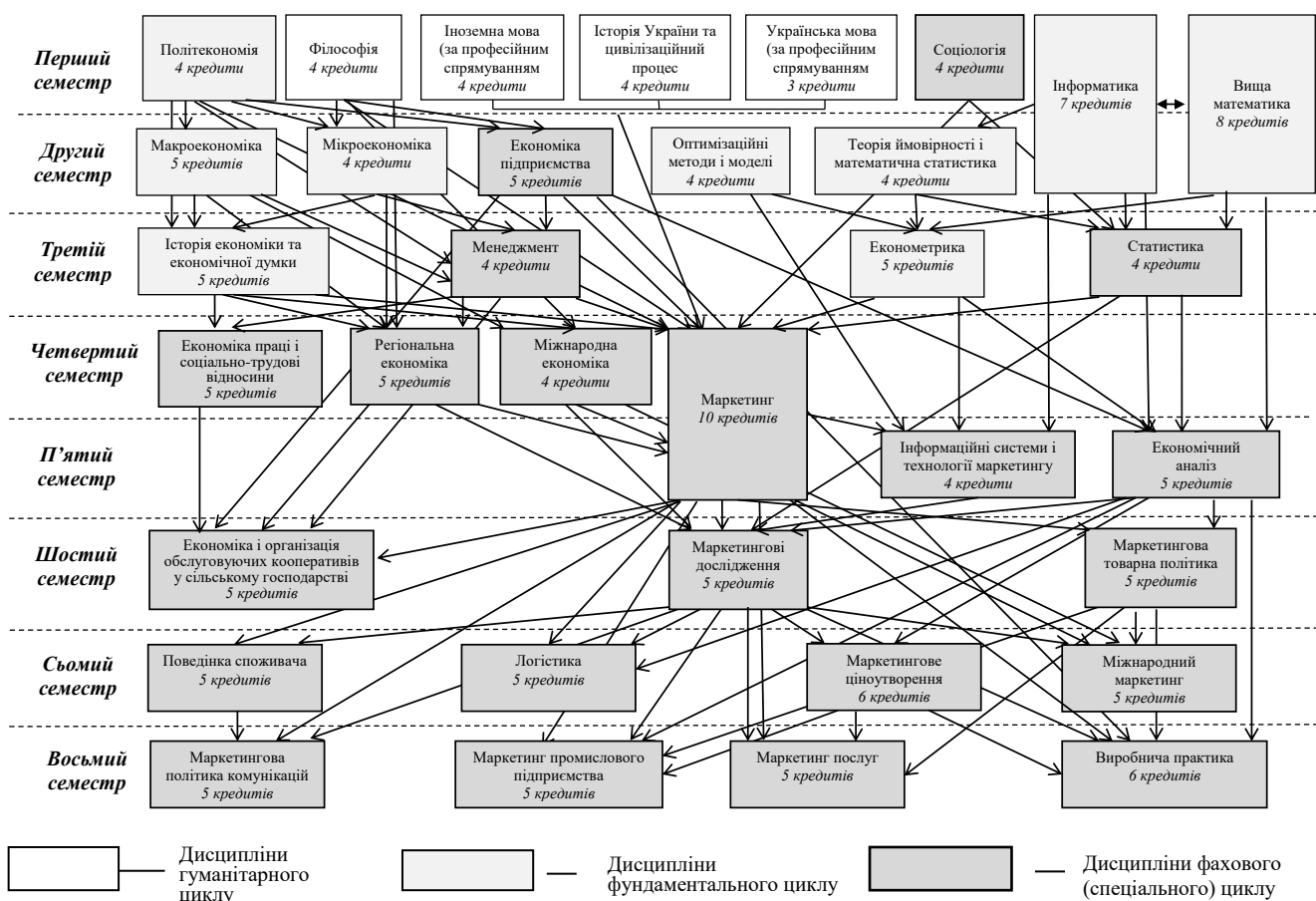


Рис.1. Структурно – логічна схема освітньо – професійної програми

3. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У університеті функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

4. Державна атестація

Атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі атестаційних екзаменів з економічної теорії та комплексного державного екзамену за фахом. Студенти, які вивчали за вільним вибором дисципліни психолого-педагогічного циклу, можуть скласти відповідний атестаційний екзамен з цих дисциплін і отримати кваліфікацію викладача економіки.

Атестаційні екзамени передбачають оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 – «Маркетинг» та цією освітньо-професійною програмою.

Атестація здійснюється відкрито і публічно, завершується видачею документів встановленого зрізця про присудження кваліфікації бакалавра маркетингу та, за бажанням, викладача економіки.

**5. Матриця відповідності визначених компетентностей
дескрипторам НРК**

Класифікація компетентностей	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	<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>	<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>	<p>К1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності</p> <p>К2. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію</p>	<p>АВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах</p> <p>АВ2. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності</p>
Загальні компетентності				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	
СК3		УМ1	К1	
СК4	ЗН2		К1	АВ2
СК5	ЗН2	УМ1		
СК6	ЗН2	УМ1	К1	
СК7	ЗН2	УМ1	К1	
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК9	ЗН1		К1	
СК10	ЗН1	УМ1		
СК11	ЗН2	УМ1	К1	
СК12		УМ1	К2	АВ1
СК13		УМ1	К1	АВ1
СК14		УМ1	К1	АВ1

**7. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньо - професійної програми**

№	Компоненти	Програмні компетентності																												
		Інтегральна	Загальні														Спеціальні (фахові)													
			ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	Українська мова (за професійним спрямуванням)	+				+											+											+		
2	Історія України та цивілізаційний процес	+	+	+																										
3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	+										+			+															
4	Філософія	+			+	+					+			+				+												
5	Політекономія	+			+		+							+		+												+		
6	Соціологія	+					+						+	+		+														
7	Інформатика	+							+	+	+																			
8	Вища математика	+			+							+																		
9	Теорія ймовірності і математична статистика	+							+	+	+														+			+		
10	Макроекономіка	+					+								+	+									+			+		
11	Мікроекономіка	+					+								+	+														
12	Економіка підприємства	+					+		+														+							
13	Оптимізаційні методи та моделі	+							+	+	+																			
14	Економетрика	+							+	+	+																			
15	Історія економіки та економічної думки	+		+											+		+											+		
16	Менеджмент	+							+																					
17	Статистика	+							+	+						+								+						
18	Економіка праці і соціально трудових відносин	+					+									+														
19	Регіональна економіка	+		+												+														
20	Міжнародна економіка	+													+	+														
21	Маркетинг	+					+	+	+									+	+	+	+		+						+	
22	Економічний аналіз	+								+					+				+											
23	Інформаційні системи і технології маркетингу	+							+		+							+	+			+				+				

**8 Матриця відповідності програмних результатів навчання
компонентам освітньо - професійної програми**

№	Компонента	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
1	Українська мова (за професійним спрямуванням)										+							+	
2	Історія України та цивілізаційний процес												+			+			
3	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)																	+	
4	Філософія											+	+			+			
5	Політекономія	+			+									+				+	
6	Соціологія		+					+				+				+			
7	Інформатика		+		+			+											
8	Вища математика					+													
9	Теорія ймовірності і математична статистика		+		+			+		+									
10	Макроекономіка		+		+	+													
11	Мікроекономіка	+			+	+													
12	Економіка підприємства				+	+													
13	Оптимізаційні методи та моделі		+		+			+				+							
14	Економетрика		+		+			+		+									
15	Історія економіки та економічної думки		+										+			+			
16	Менеджмент				+					+					+				
17	Статистика					+		+				+							
18	Економіка праці і соціально трудових відносин											+					+		
19	Регіональна економіка		+																
20	Міжнародна економіка	+										+							
21	Маркетинг	+		+	+	+	+		+	+		+						+	
22	Економічний аналіз		+		+								+						
23	Інформаційні системи і технології маркетингу		+		+	+	+												
24	Маркетингові дослідження		+	+			+		+										
25	Маркетингова товарна політика		+	+			+		+										
26	Економіка і організація обслуговуючих кооперативів у сільському господарстві	+			+	+						+		+					
27	Поведінка споживача		+			+													
28	Логістика						+												
29	Маркетингове ціноутворення		+	+			+		+										
30	Міжнародний маркетинг				+	+													
31	Маркетингова політика комунікацій		+	+			+		+							+			
32	Маркетинг промислового підприємства		+	+			+		+										
33	Маркетинг послуг		+	+			+		+										
34	Виробнича практика	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+			+	+	+	