

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

**галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітня кваліфікація: магістр з маркетингу**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на підставі ухвалення рішення Вченої
ради Університету «КРОК»
«30» травня 2024р., протокол №7

Київ, 2024 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги підготовки магістрів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма заснована на компетентісному підході підготовки магістрів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» розроблена робочою групою у складі:

ГАРАНТ:

Дьячук І.В., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

ЧЛЕНИ РОБОЧОЇ ГРУПИ:

Петрова І.Л., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

Штундер І.О., доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та поведінкової економіки

Бєлова О.І., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки Університету «КРОК»

Гарант освітньої програми

Ірина ДЬЯЧУК

Освітньо-професійна програма обговорена та схвалена на засіданні кафедри маркетингу та поведінкової економіки

Протокол №9 від «25» квітня 2024 р.

Завідувач кафедри маркетингу
та поведінкової економіки

Ірина ПЕТРОВА

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Вищий навчальний заклад «Університет економіки і права «КРОК» Кафедра маркетингу та поведінкової економіки
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський) рівень вищої освіти, Магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	«МАРКЕТИНГ»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС. Термін навчання: - на денній формі навчання – 1 рік, 4 місяці; - на заочній (дистанційній) формі навчання – 1 рік, 4 місяці.
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості освіти, сертифікат про умовну (відкладену) акредитацію №8785 освітньої програми «Маркетинг». Термін дії: до 25 червня 2025 р.
Цикл/рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти, НРК України – 8 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність освітнього ступня «Бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст». Умови вступу визначають Правила прийому до Університету «КРОК».
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	До 2028 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	www.krok.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Сформувати у майбутніх фахівців систему комплексних знань з теоретичних засад, методичних аспектів та практичних навичок у сфері маркетингового управління сучасними підприємствами, установами, бізнес-організаціями в умовах невизначеності ринкового середовища та з урахуванням крос-функціонального характеру маркетингових стратегій і програм.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Освітньо-професійна програма галузі знань 07 «Управління та адміністрування»; спеціальність 075 «Маркетинг». <i>Об'єктом вивчення</i> є управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності. <i>Цілі навчання</i> – підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> поняття, концепції, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень. <i>Методи, методика, та технології:</i> система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних

	<p>методик та технологій, необхідних для забезпечення ефективного управління системою маркетингу і виконання науково-дослідних завдань.</p> <p><i>Інструменти та обладнання</i> включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти і моделі, необхідні для прийняття маркетингових рішень та ефективного управління маркетинговою діяльністю (комп'ютерну техніку, пакети прикладних програм, інформаційно-комунікаційні технології та ін.).</p>
Орієнтація освітньої програми	<p>Освітньо-професійна прикладна програма для освітнього ступеня «Магістр».</p> <p>Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до бізнес-середовища</p>
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	<p>Програма спрямована на оволодіння загальнонауковими та спеціальними методами, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективного управління маркетинговою системою та виконання завдань маркетингового спрямування.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, поведінка споживача, маркетинговий менеджмент, стратегічний маркетинг, рекламний менеджмент, маркетингові дослідження, маркетингові комунікації, маркетинг персоналу, бренд-менеджмент.</p>
Особливості програми	<p>Освітньо-професійна програма побудована на основі вивчення результатів передових досліджень в галузі теорії і практики сучасного маркетингового управління ринковими суб'єктами та забезпечує поглиблене вивчення дисциплін, що становлять її предметну область.</p> <p>Освітньо-професійна програма є практико орієнтованою і надає можливість опанування комплексу загальних і спеціальних (фахових) компетентностей. Програма спрямована на розвиток у майбутніх фахівців-маркетологів здатностей до системного мислення і творчого підходу до вирішення складних спеціалізованих завдань у сфері маркетингового управління сучасними ринковими суб'єктами, а також до розробки їх маркетингових стратегій і програм з урахуванням комплексного впливу чинників ринкового середовища і міжфункціонального характеру їх реалізації.</p> <p>В межах програми передбачене залучення до навчального процесу фахівців-практиків із різних сфер бізнесу, а також представників професійних асоціацій.</p>
<p>4 – Придатність випусників до працевлаштування та подальшого навчання</p>	
Придатність до працевлаштування	<p>Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, в організаційно-управлінській та освітній галузях; на викладацьких та інших посадах у закладах загальної середньої освіти, вищої освіти; органах державної влади і місцевого самоврядування; аналітично-інформаційних інституціях; дослідницьких закладах тощо. Фахівці готуються для організаційно-управлінської, господарської, комерційної діяльності у сфері маркетингу. Випусники можуть працювати на таких посадах згідно видів економічної діяльності за</p>

	<p>класифікатором ДК 009:2010: 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу, 1475.4 Менеджер (управитель) зі збуту, 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами, 1233 Керівник підрозділу маркетингу (директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу)), 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю.</p>
Подальше навчання	<p>Можливість навчання за кваліфікаційними рівнями: НРК України – 8, рівень FQ-EHEA – третій цикл, EQF-LLL – 8 рівень. Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Отримання післядипломної освіти на споріднених та інших спеціальностях, підвищення кваліфікації, використання міждисциплінарних переваг з академічної мобільності.</p>
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	<p>Навчання носить студентоцентризований та інноваційно-орієнтований характер. Проблемні лекції, лекції-діалоги, лекції-дискусії, вирішення ситуаційних вправ, розв'язання проблемних завдань, робота в малих групах, студентські наукові конференції, самостійна робота на основі запропонованих інформаційних джерел, консультації з викладачами, переддипломна практика, підготовка магістерської дипломної роботи.</p>
Оцінювання	<p><i>Поточний контроль:</i> усні відповіді, тестування, модульні контрольні роботи, аналіз статей, презентації результатів індивідуальних та групових завдань, захист рефератів, захист звіту з переддипломної практики. <i>Підсумковий контроль:</i> захист звіту з переддипломної практики, захист магістерської кваліфікаційної роботи</p>
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	<p>Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p>
Загальні компетентності (ЗК)	<p>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</p>

<p>Спеціальні (фахові) компетентності спеціальності (СК)</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>СК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у ЗВО.</p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>РН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>РН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>РН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>РН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>РН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>РН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p>

	<p>PH10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>PH11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>PH12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>PH13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>PH14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>PH15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Доктори і кандидати наук, магістри з маркетингу, які мають підтверджений рівень наукової і професійної кваліфікації; до освітнього процесу можливе залучення фахівців-практиків підприємств, установ і бізнес-організацій – партнерів кафедри, а також професійних асоціацій та об'єднань для викладання окремих дисциплін.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічне забезпечення програми включає ресурси університету та випускової кафедри маркетингу та поведінкової економіки.</p> <p>Студенти програми мають доступ до університетської бібліотеки, мережі Інтернет через WiFi, спортивного обладнання, системи харчування тощо.</p> <p>Аудиторії обладнані мультимедійною технікою, є комп'ютерні класи з відповідним ліцензованим програмним забезпеченням, інтерактивною дошкою; коворкінг. Здобувачі забезпечені вільним доступом до WiFi, відеоконтенту. Наукова бібліотека Університету укомплектована науковою, навчальною, довідковою, методичною, періодичною та іншою літературою багатьма мовами світу. Задля онлайн реалізації програми для викладачів та студентів передбачено безкоштовний доступ до професійної версії пакету Microsoft Office та платформи Moodle, включаючи додаток Teams. Загалом матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для другого рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>

<p>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</p>	<p>Навчально-методичне забезпечення ґрунтується на нормативній базі України, міжнародних стандартах, фундаментальних теоріях та новітніх концепціях маркетингу. Інформаційне забезпечення дисциплін з маркетингу реалізується за принципом JT (just-in-time), який полягає у передачі студентам інформації, діючої на момент проведення заняття згідно інноваційних джерел з маркетингу. Навчально-методичне забезпечення містяться на платформі Moodle з доступом через особисті кабінети студентів.</p> <p>Програмне забезпечення включає пакети прикладних програм Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint, Forms), а також застосунок Teams для онлайнспілкування.</p> <p>В інформаційному забезпеченні дисциплін програми особлива увага приділяється періодичним фаховим виданням (Маркетинг в Україні, https://cutt.ly/ZEUIKTV; Маркетинг та реклама, https://mr.com.ua; Маркетинг і цифрові технології, www.mdtopu.com.ua) та вивченню студентами сучасних практик в маркетингу. Рекомендовані періодичні видання містяться у бібліотеці університету та у відкритому доступі у рецензованих науково-практичних журналах фахового спрямування мережі Internet, а також професійних журналах практично-роз'яснювального спрямування (Науковий журнал «Вчені записки Університету «КРОК»). Разом з ВГО «Українська Асоціація Маркетингу» діють спільні проекти. Навчально-методичне забезпечення фахових дисциплін та виконання окремих завдань, практики, кваліфікаційної роботи містить завдання, пов'язані зі створенням маркетингового креативу, ідентифікацією ринкових ризиків, генеруванням маркетингових інновацій та розв'язання кейсів.</p> <p>Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення ОП полягають в системному застосуванні інструментів Moodle, Microsoft Office 365 (ліцензовані), Google Trends, Google Ads, Google Analytics (безкоштовні версії).</p>
<p>9 – Академічна мобільність</p>	
<p>Національна кредитна мобільність</p>	<p>Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод Університету «КРОК» та закладів-партнерів.</p>
<p>Міжнародна кредитна мобільність</p>	<p>Реалізація програм міжнародної кредитної мобільності у рамках програми співробітництва з зарубіжними університетами-партнерами згідно з договором про співпрацю з Університетом «КРОК» та Міжінституційної угоди у рамках програми Еразмус+ (укладені угоди з 50 Університетами): університетом Яноша Кодолані (Угорщина), Академією імені Леона Козмінського (Польща), Університетом Домброва Гурніча (Польща), Університетом Ханзе (Нідерланди), Університетом імені Миколаса Ромеріса (Литва), Університетом Туріба (Латвія), Університетом Фоджа (Італія), Католицьким університетом Сан Антоніо (Іспанія) та ін.; забезпечення мобільності за індивідуальною ініціативою.</p>
<p>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</p>	<p>Є можливість навчання іноземних студентів</p>

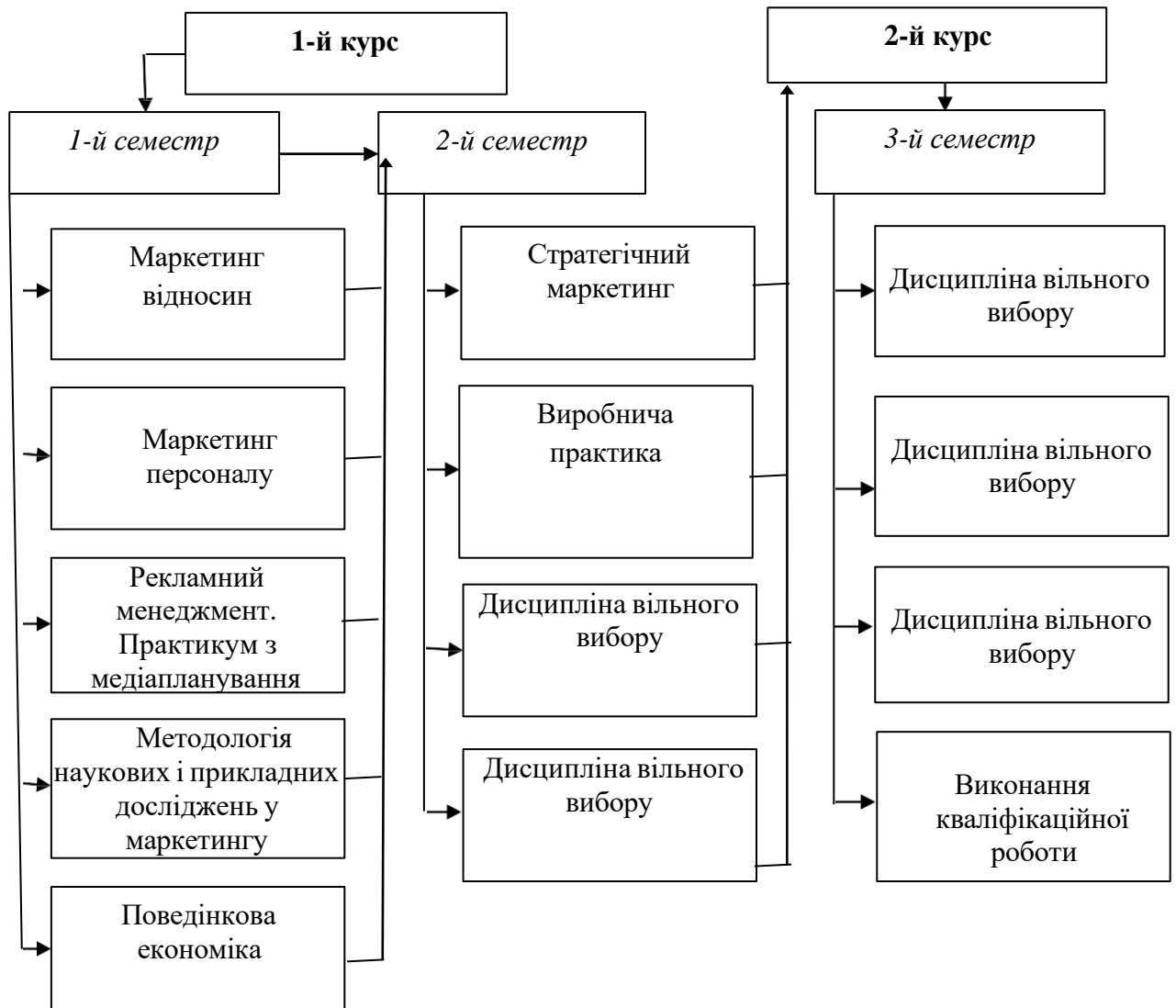
2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
ОБОВ'ЯЗКОВІ ОСВІТНІ КОМПОНЕНТИ			
ОК1	Маркетинг відносин	5	Залік
ОК2	Маркетинг персоналу	5	Залік
ОК3	Рекламний менеджмент. Практикум з медіапланування	5	Залік
ОК4	Маркетинг проектів	5	Екзамен
ОК5	Методологія наукових і прикладних досліджень у маркетингу	5	Залік
ОК6	Поведінкова економіка в інформаційному суспільстві: а) прийняття рішень суб'єктами ринкових відносин; б) етика і культура маркетингової діяльності	5	Екзамен
ОК7	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен
ОК8	Виробнича практика	15	Залік
ОК9	Виконання кваліфікаційної роботи	15	
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		65	
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОПП			
ВК1	Дисципліна вільного вибору	5	Залік
ВК2	Дисципліна вільного вибору	5	Залік
ВК3	Дисципліна вільного вибору	5	Екзамен
ВК4	Дисципліна вільного вибору	5	Екзамен
ВК5	Дисципліна вільного вибору	5	Залік
Загальний обсяг вибіркового компонент:		25	
Загальний обсяг освітньо-професійної програми:		90	

* Згідно із Законом України “Про вищу освіту” студенти мають право на “вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та робочим навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. При цьому здобувачі певного рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням з керівником відповідного факультету чи підрозділу”.

2.2. Структурно-логічна схема підготовки магістрів освітньої програми «МАРКЕТИНГ»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра.

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. Захист кваліфікаційної роботи відбувається прилюдно на засіданні екзаменаційної комісії.

Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань.

4. Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У закладі вищої освіти Університет економіки та права «КРОК» функціонує система забезпечення 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 закладу вищої освіти, регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, 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 дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням Університету «КРОК» оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами на предмет її відповідності вимогам, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти та міжнародним стандартам і рекомендаціям.

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9
ЗК1	+		+		+	+	+	+	+
ЗК2		+			+	+	+		+
ЗК3	+	+		+				+	+
ЗК4			+		+	+		+	+
ЗК5				+			+	+	
ЗК6	+	+	+			+	+	+	+
ЗК7				+		+	+		+
ЗК8			+		+	+	+		+
СК1	+		+		+	+	+	+	+
СК 2			+		+	+		+	+
СК3	+	+	+			+	+	+	+
СК4			+	+	+		+	+	+
СК5	+	+				+	+	+	+
СК6		+	+	+		+	+	+	+
СК7		+	+			+		+	+
СК8			+			+	+	+	+
СК9	+		+			+			+
СК10	+		+	+		+		+	+
СК11	+	+		+	+		+	+	+

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентам освітньо-професійної програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9
ПН1	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПН2	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПН3	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПН4	+		+	+	+	+	+	+	
ПН5	+		+	+	+	+	+		
ПН6	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПН7			+	+	+	+	+	+	
ПН8	+	+	+	+	+	+			
ПН9	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПН10	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПН11	+		+	+	+	+	+	+	
ПН12		+	+	+	+	+	+	+	
ПН13				+	+	+	+	+	
ПН14		+	+	+	+		+		
ПН15	+			+	+	+	+	+	

7. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (8-й рівень, магістр)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1. Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи Зн2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності і на межі предметних галузей	Уміння Ум1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення й інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог Ум2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	Комунікація К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	Автономія та відповідальність АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
Загальні компетентності - 8				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності - 11				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
СК10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
СК11			К1	АВ2

9. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей НРК (7-й рівень, магістерський)

Програмні результати навчання	Компетентності																				
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності											
		1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
P1									+	+								+			
P2		+							+	+								+			
P3		+				+		+			+		+								
P4		+	+		+										+	+	+				
P5						+		+		+	+									+	
P6		+						+	+	+					+		+				
P7			+	+									+	+	+		+				
P8			+			+							+							+	
P9		+							+				+		+		+				
P10		+	+												+	+	+				
P11						+									+	+	+	+			
P12		+						+							+	+	+	+			
P13		+		+											+		+	+			
P14					+	+										+		+			
P15						+									+		+				