СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ РАУФА АБЛЯЗОВА

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 «Маркетинг»

галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Кваліфікація магістр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою Східноєвропейського університету
імені Рауфа Аблязова
Протокол № 03/26 від «28» травня 2026 року

Освітньо-професійна програма вводиться в дію
з «28» травня 2026 р.
Наказ № 13 від «28» травня 2026 року

Ректор Східноєвропейського університету
імені Рауфа Аблязова _____ Ія ЧУДАЄВА

Черкаси, 2026

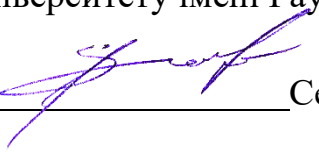
ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

075 Маркетинг

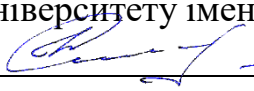
ПОГОДЖЕНО

Перший проректор Східноєвропейського
університету імені Рауфа Аблязова



_____Сергій САВЧЕНКО

Проректор з навчально-організаційної роботи
Східноєвропейського
університету імені Рауфа Аблязова



_____Юлія СИВОЛАП

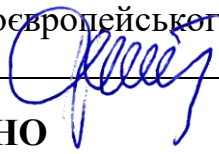
СХВАЛЕНО

Навчально-методичною радою
Східноєвропейського університету імені Рауфа
Аблязова

Протокол № 05/2025-2026 від «21» травня 2026 р.

РЕКОМЕНДОВАНО
Завідувач кафедри економіки, маркетингу, обліку і оподаткування

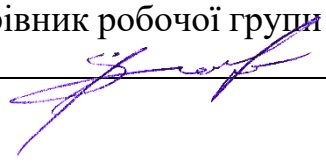
Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова



_____Галина УС

РОЗРОБЛЕНО

Керівник робочої групи (гарант)



_____Сергій САВЧЕНКО

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» розроблено відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та відповідно до Стандарту вищої освіти України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

Розроблено робочою групою кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування спеціальності 075 «Маркетинг» Східноєвропейського університету імені Рауфа Аблязова у складі:

Керівник робочої групи (гарант):

Савченко С.О.	д.е.н., професор, Перший проректор, професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування

Члени робочої групи:

Колодинський С.Б.	д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування
Сукач О.М.	к.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування;
Іонан Є.Ю.	засновник рекламного агентства «АФІША ПРІНТ»
Гріненко О.В.	здобувач вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг», освітнього ступеня «магістр»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

Зелений В.Ф.	директор Черкаської обласної дирекції ПАТ НАСК «ОРАНТА»;
Ситник О.В.	Директор ТОВ «Афіша прінт»;
Охота А.О.	директор ТОВ «Конструкторське бюро Гарант»,м. Черкаси.

1 ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

1. Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова Факультет економіки і менеджменту Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг
Інтернет-адреса розміщення освітньої програми	https://suem.edu.ua/navchannya/osvitni-programi
Обмеження щодо форм навчання	Без обмежень
Форми здобуття освіти	Очна (денна), заочна, дистанційна, дуальна
Освітня кваліфікація	магістр з маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма «Маркетинг»
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію спеціальності «Маркетинг». Рішення Акредитаційної комісії від 16.06.2016 р., протокол № 121. Термін дії сертифікату до 31.12.2027 р. (Наказ МОН від 21.06.2016 р., № 79-А)
Обсяг освітньої програми у ЄКТС	Обсяг освітньо-професійної програми становить 90 – кредитів ЄКТС. Не менше 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти.
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-ENEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень вищої освіти
Передумови	Вступ на навчання на основі наявного ступеня «бакалавр», освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст», рівня вищої освіти «магістр», у т.ч., здобутого за іншою спеціальністю (напрямом підготовки), відповідно до Правил прийому до університету.
Опис предметної області	• *Об'єкт вивчення*: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • *Цілі навчання*: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. • *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. • *Методи, методики та технології*: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • *Інструменти та обладнання*: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Академічні права випускників	Випускники програми мають право продовжити навчання на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти (доктора філософії) та набувати додаткові кваліфікації в системі післядипломної освіти.
Мова викладання	українська
Основні поняття	Програму розроблено з використанням основних понять та визначень регламентованих Законом України «Про вищу освіту» у відповідності до Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».
2. Мета освітньої програми	
Підготовка кваліфікованих фахівців із сучасним креативним мисленням відповідно до сформованих програмних (фахових та загальних) компетентностей, здатних використовувати набуті знання у сфері маркетингу для розв'язання складних практичних завдань в умовах сучасних цифрових технологій.	
3. Характеристика програми	
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма має прикладний характер, ґрунтується на положеннях та результатах досліджень у галузі цифрового маркетингу, спрямована на підготовку фахівців у цифрового маркетингу й можливості подальших наукових досліджень.
Основний фокус освітньо-професійної програми	Спеціальна освіта в галузі цифрового маркетингу. Освітньо-професійна програма сконцентрована на здобутті теоретичних знань та навичок з поєднанням професійної практичної підготовки у сфері цифрового маркетингу, що створює засади формування індивідуальної освітньої траєкторії.
Особливості програми	Програма спрямована на фундаментальну фахову і практичну підготовку магістрів маркетингу з акцентом на здобуття знань і умінь таорієнтацією на сучасні технології та суспільні трансформації. Програма передбачає значну практичні підготовку: виробнича та переддипломна практики. Отримання фахових консультацій від роботодавців, під час відвідування профільних установ та організацій, участі у тренінгах/зустрічах/круглих столах тощо. У рамках програми здобувачі освіти отримують досвід науково-дослідної діяльності шляхом участі у Міжнародних та Всеукраїнських науково-практичних конференціях, форумах та освітніх проектах.
4. Придатність випускників освітньої програми до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (державні, муніципальні, комерційні, некомерційні,) та за будь-якими видами економічної діяльності. Відповідно до чинної редакції Класифікатора професій (ДК 003:2010) випускник освітньої програми

	може працевлаштуватися на посади з наступною назвою роботи: 1210.1 Начальник агентства (рекламно-інформаційного). 1233 Директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу. 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю). 1317 Директор малої фірми (рекламної); керуючий агентством (рекламним). 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) із збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю. 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами. 2310.2 Асистент; викладач вищого навчального закладу. 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг). 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва. 2447 Професіонали у сфері управління проектами та програмами 2471 Професіонали з контролю за якістю 3413 Агенти з торгівлі майном 3414 Консультанти з подорожей та організатори подорожей 342 Агенти з комерційного обслуговування та торговельні брокери 3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій Випускники освітньо-професійної програми мають право обіймати посади, у т. ч. керівні, пов’язані з плановою-аналітичною та проєктною діяльністю на підприємствах, в установах і організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності.
Подальше навчання	НРК України – 7 рівень, FQ-ENEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень вищої освіти
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання у формі: лекційних, практичних та семінарських занять, консультацій; самонавчання; проблемно-орієнтоване навчання, практичне навчання; участь у науково-дослідних проектах університету; конференцій, круглих столів та семінарів, сприяють високому рівню досягнень програмних результатів навчання. Для проведення занять та консультацій запрошуються кваліфіковані фахівці у галузі цифрового маркетингу, реклами та зв’язків з громадкістю. Аудиторне навчання поєднується з онлайн-навчанням із застосуванням інноваційних технологій дистанційного навчання (Teams MS, комунікаційних програмах ZOOM, цифрових інструментів Google для освіти), мобільних додатків з використанням електронних підручників та сервісів підприємств, установ та організацій. Заняття відбуваються в групах до 20 осіб, з предметними дискусіями та підготовкою презентацій виконаних завдань. Апробація результатів досліджень студентів відбувається на науково-практичних конференціях та семінарах, впровадженням результатів досліджень та розробок у практику маркетингової діяльності підприємств. Завершальним етапом навчання є захист кваліфікаційних робіт..
Оцінювання	Оцінювання здійснюється за рейтинговою 100-бальною шкалою (прохідні бали 60…100), національною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»; «зараховано», «не зараховано») та Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою (ECTS – «A», «B», «C», «D», «E», «FX», «F»).

	Оцінюванню підлягають: письмові та усні екзамени, заліки, тестування, контрольні та індивідуальні роботи, звіти з практик та досліджень, презентації, відповідно до компетентністних характеристик (знання, уміння/навички, комунікація, автономія і відповідальність) результатів навчання, досягнення яких контролюється. Підсумковою атестацією є атестаційний екзамен.
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог**.**
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	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 цифрового 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 аналізувати 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 цифрового маркетингу.
7. Програмні результати навчання	
ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень,	

маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Знання (З)	З1. Концептуальне розуміння SMM та знання особливостей роботи основних майданчиків (Twitter, Linkedin, Instagram, Youtube тощо). З2. Реалізація комплексу заходів щодо збільшення обсягів продажу продукту, який просувається, шляхом залучення клієнтів через мережу Інтернет.
Уміння (У)	У1. 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 китичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів.
Комунікація (К)	К1. Здібності щодо співпраці з партнерськими програмами та мережами; навички використання електронних сервісів. К2. Здібності щодо розуміння логіки роботи сервісів; вміння писати тексти, які можна продати.
Автономія і відповідальність (АВ)	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.
8. Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. 100% науково-педагогічних працівників, які забезпечують загальні та професійні освітні компоненти програми мають науковий ступінь та вчене звання, у т.ч. 50% докторів наук. Обов'язковим елементом забезпечення якості реалізації освітньої програми є стажування (підвищення кваліфікації) викладачів, що забезпечують реалізацію програми.

	Викладачі освітніх компонент є керівниками та виконавцями науково-дослідних тем, офіційними опонентами щодо захисту дисертацій, членами редколегій вітчизняних видань, експертами Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти, організаторами та членами програмних комітетів конференцій, здійснюють консультування та керівництво дисертаційними і кваліфікаційними роботами.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає технологічним вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Приміщення університету відповідають будівельним та санітарним нормам. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів. Усі заняття забезпечуються засобами мультимедійної презентації, інструментами Excel, Цифровими інструментами Googleдля освіти та мобільними додатками. Навчальні лабораторії оснащені програмними продуктами для проведення досліджень і розрахунків.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітньо-професійної програми «Діджитал маркетинг» відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. Офіційний веб-сайт https://suem.edu.ua/ містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Інформаційне забезпечення: доступ до онлайн-бібліотеки університету; електронної бази вітчизняних та зарубіжних фахових видань. Навчально-методичне забезпечення освітніх компонентів розміщено на платформі дистанційного навчання університету.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Програма передбачає можливість укладання угод про академічну мобільність із закладами вищої освіти, що здійснюють підготовку фахівців маркетингу.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх угод між Східноєвропейським університетом імені Рауфа Аблязова та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе, після обов'язкового вивчення курсу української мови.
10. Форми атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів кваліфікації магістр маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)	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, утому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного

	законодавства.
Характеристика системи внутрішнього забезпечення якості підготовки	
У Східноєвропейському університеті імені Рауфа Аблязова функціонувати 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 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. Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.	

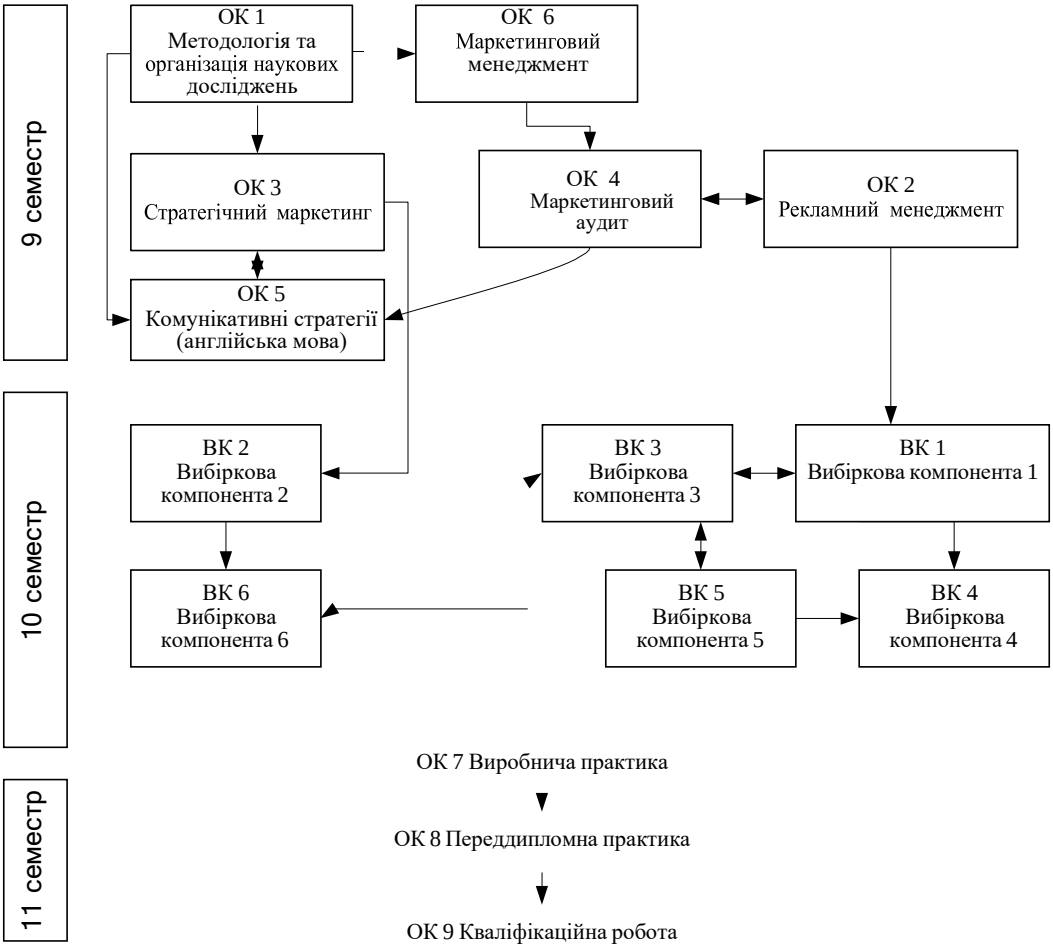
2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ТА ЇХНЯ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	**2**	**3**	**4**
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
ОК 1.	Методологія та організація наукових досліджень	5	залік
ОК 2.	Рекламний менеджмент	5	залік
ОК 3.	Стратегічний маркетинг	5	екзамен
ОК 4.	Маркетинговий аудит	5	екзамен
ОК 5.	Комунікативні стратегії (англійська мова)	5	залік
ОК 6.	Маркетинговий менеджмент	5	екзамен
	Українська мова (як іноземна)*	8	екзамен
ОК 7	Виробнича практика	6	диф. залік
ОК 8	Переддипломна практика	6	диф. залік
ОК 9	Кваліфікаційна робота	24	захист
Загальний обсяг обов'язкових компонент		*66*	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
ВК 1	Вибіркова компонента 1	4	екзамен
ВК 2	Вибіркова компонента 2	4	екзамен
ВК 3	Вибіркова компонента 3	4	залік
ВК 4	Вибіркова компонента 4	4	залік
ВК 5	Вибіркова компонента 5	4	екзамен
ВК 6	Вибіркова компонента 6	4	екзамен
Загальний обсяг вибіркових компонент		*24*	
Здобувачі вищої освіти обирають освітні компоненти з «Каталогу вибіркових компонент» розміщеного на офіційному веб-сайті СУРА *https://suem.edu.ua/*			
Загальний обсяг освітньої програми		*90*	

** Позакредитна компонента*

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3 Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Класифікація компетентностей за НРК	*Знання* *ЗН1.* Спеціалізовані 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 та на межі предметних галузей	*Уміння* *УМ1.* Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог *УМ2.* Провадження 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				
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				
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

4 Матриця відповідності програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми

Програмні результати навчання	Компетентності																	
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9
Р1										+	+							+
Р2		+	+							+	+							+
Р3		+					+		+			+		+				
Р4		+	+		+										+	+	+	
Р5							+		+		+	+						
Р6		+							+	+	+				+		+	
Р7			+	+									+	+	+		+	
Р8			+			+							+					
Р9		+								+			+		+		+	
Р10		+	+												+	+	+	
Р11							+							+	+	+	+	
Р12		+							+					+		+	+	
Р13		+		+										+	+	+	+	
Р14					+	+									+		+	
Р15							+				+	+		+		+		