МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО - ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ перший (бакалаврський) рівень
(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ Бакалавр
(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ D Бізнес, адміністрування та право
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ D5 Маркетинг
(код та найменування спеціальності)

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
Вченою радою Сумського НАУ
«23» березня 2026 року (Протокол № 15)

Освітньо-професійна програма введена в дію з
«01» вересня 2026 року
(наказ № 216/од від «29» квітня 2026 р.)

Зі змінами і доповненнями затвердженими
Вченою радою Сумського НАУ
«* 26 *»* 09 *2026 року
(Протокол №* 1 *)
Голова Вченої ради **Володимир ЛАДИКА**

Суми - 2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

ОПП «Маркетинг» СВО «Бакалавр»

Гарант ОПП:
д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу та логістики — Наталія МАКАРЕНКО

Члени проектної групи:

д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики, проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи СНАУ — Маргарита ЛИШЕНКО

д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики — Тетяна УСТІК

д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики — Вікторія МАКАРОВА

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики — Валентина МУШТАЙ

к.е.н., доцент кафедри маркетингу та логістики — Олена ШУМКОВА

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти — Світлана УСТИМЕНКО

Розглянуто та схвалено на розширеному засіданні кафедри маркетингу та логістики за участі студентського активу та стейкхолдерів (протокол №11 від 26 лютого 2026 року)
Схвалено на засіданні вченої ради факультету економіки та менеджменту (протокол №10 від 12 березня 2026 року)

Голова вченої ради факультету економіки і менеджменту, к.е.н., доцент — Світлана ЛУКАШ

ПОГОДЖЕНО:
В.п. завідувача відділу якості освіти, ліцензування та акредитацій, к.е.н., доцент — Олена РИБІНА

Завідувач навчального відділу, к.е.н., доцент — Наталія КОЛОДНЕНКО

Проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи СНАУ — Маргарита ЛИШЕНКО

ЛИСТ ЗМІН

освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
спеціальності D5 Маркетинг
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Зміни до ОПП внесено відповідно до рішення Вченої Ради СНАУ протокол № _1__ від 26.08.2026 року, щодо впровадження ОК «Основи національного супротиву».

Нормативно-правова база:

- Закон України № 1702-IX Про основи національного спротиву від 16.07.2021 (зокрема стаття 6-2 щодо обов'язкової підготовки здобувачів освіти).
- Закон України № 4538-IX Військова підготовка офіцерів запасу медичної служби від 16.07.2025 (введено в дію з 01.01.2026 року).
- Накази МОН № 512 та№ 130 Методичні рекомендації розроблення стандартів ВО та Порядок визнання результатів неформальної освіти.
- Закон України № 4826-IX Корективи підготовки громадян України до нацспротиву від 25.03.2026 (набрав чинності з 12.04.2026 року).
- Наказ МОН № 1002 Типова програма дисципліни «ОНС» від 30.06.2026 (затверджено за офіційним погодженням з Міноборони).
- Постанова КМУ № 1031 Регулює правила перетинання кордону для студентів очної форми навчання (діє з 26.08.2025 року).

Розглянуто та схвалено на розширеному засіданні кафедри маркетингу та логістики (протокол № ___ від _____ 2026 року).

Схвалено на засіданні вченої ради факультету економіки і менеджменту (протокол № ___ від _____ 2026 року).

Голова вченої ради
факультету економіки і менеджменту _____ Світлана ЛУКАШ

ПЕРЕДМОВА

ОПП «Маркетинг» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дає можливість підготувати фахівців високого рівня, які володіють фундаментальними теоретико-методологічними знаннями і практичними фаховими навичками з маркетингової діяльності та вміють їх застосовувати в управлінській діяльності підприємств та інших структур та провадити наукові дослідженнях проблем розвитку теорії та методології маркетингової діяльності в умовах глобалізації та відкритості аграрних ринків.

Бакалаврська програма «Маркетинг» спрямована на отримання необхідних знань, вмінь та навичок, орієнтованих на провадження ефективної маркетингової діяльності, що реалізується на мікро- та мезорівнях, в тому числі об'єднаннях підприємств (вертикально та горизонтально-інтегрованих структурах), підприємствах, установах, організаціях, територіальних громадах які здійснюють маркетингову діяльність незалежно від форм власності та видів економічної діяльності.

Користувачі освітньо-професійної програми:

- здобувачі вищої освіти, які навчаються в Сумському національному аграрному університеті за спеціальністю D5 «Маркетинг»;
- науково-педагогічні працівники Сумського національного аграрного університету, які здійснюють підготовку бакалаврів за спеціальністю D5 «Маркетинг»;
- Приймальна комісія Сумського національного аграрного університету;
- Екзаменаційна комісія спеціальності D5 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма (ОПП) для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) освітньо-професійного рівня за спеціальністю D5 «Маркетинг» містить обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти: перелік компетентностей; програмних результатів навчання; форми атестації здобувачів. ОПП підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти затвердженого від 05.12.2018 №1343.

Фахову експертизу проводили:

Ірина ЛИЛИК – керівник ГО «Українська асоціація маркетингу», м. Київ;
Юрій БІЛОШАПКА – заступник директора з маркетингу ТОВ «ЮР ЕНЕРДЖІ» м. Суми;
Володимир МОЇСЕЄНКО – директор ТОВ «ТІРЕКС ЮНАЙТЕД» м. Суми;
Дмитро УСТИК – директор ТОВ «АГРОКОНТУР» Сумського району;
Максим ШМАТОК – начальник відділу Інтернет-маркетингу ТОВ «ВП «Полісан»» м. Суми;
Сергій МЄШКОВ – заступник директора з маркетингу компанії «QATESTLAB»

Перелік нормативних документів:

1. Закон України «Про вищу освіту» №1556-VII від 01.07.2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text

2. Закон України «Про освіту» №2145-VIII від 05.09.2017. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text

3. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо окремих питань проходження військової служби, мобілізації та військового обліку» №3633-IX від 11.04.2024. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3633-20#Text

4. Постанова Кабінету Міністрів України «Порядок проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських» №734 від 21.06.2024. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/734-2024-%D0%BF#Text

5. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 від 01.11.2010. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text

6. Національна рамка кваліфікацій // Міністерство освіти і науки України. URL: https://mon.gov.ua/tag/natsionalna-ramka-kvalifikatsiy?&tag=natsionalna-ramka-kvalifikatsiy

7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» №1021 від 30.08.2024. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text

8. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України № 1648 від 21.12.2017 (зі змінами № 441 від 03.04.2024). URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0441729-24#n2

9. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» №1343 від 05.12.2018. URL: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf

10. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти» №842 від13.06.2024. п.29. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf

11. EQF-LLL – European Qualifications Framework for Life long Learning. URL: https://europass.europa.eu/en/europass-digital-tools/european-qualifications-framework

12. QF-EHEA – Qualification Framework of the European Higher Education Area. URL: https://surl.li/gkskop .

13. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів)). URL: http://www.unideusto.org/tuningeu/.

Джерела внутрішнього користування

1. Положення про організацію освітнього процесу в Сумському національному аграрному університеті, затверджене Рішенням вченої ради СНАУ рішенням Вченої ради університету від 27.08.2024 зі змінами та доповненнями від 14.03.2025 та від 29.09.2025. URL: https://drive.google.com/file/d/14fbXVDBWDnSkitS03cZ8tAguBv0cXHst/view

2. Концепція освітньої діяльності Сумського національного аграрного університету, схвалена Вченою радою університету 27.08.2015. URL: https://drive.google.com/file/d/1MBO0pEuPCM2M20CWCsa0G3wkWrWRGcas/view

3. Положення про освітню програму (силабус) освітнього компонента, схвалене Вченою радою СНАУ 02.05.2025. URL: https://surl.li/kmqnnn

4. Кодекс академічної етики та академічної доброчесності СНАУ, схвалений Вченою радою СНАУ від 26.01.2026. URL: https://drive.google.com/file/d/1jke4Ky8K53G3SnFOtD0YxyH2g6TutABK/view

5. Кодекс академічної доброчесності СНАУ, схвалений Вченою радою СНАУ від 28.10.2024 https://drive.google.com/file/d/142uwVZKHnDYNQJ6TKFxaaPcr7rT5qTN8/view

6. Положення про порядок перевірки академічних та наукових текстів на унікальність в Сумському національному аграрному університеті, схвалене Вченою радою СНАУ 30.06.2025. URL: https://drive.google.com/file/d/1p6pRv8rBFBzI_-K3bRpCjuKRjkLL-Bvo/view

1. Профіль освітньо-професійної програми
зі спеціальності D5 «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти	Сумський національний аграрний університет, факультет економіки і менеджменту, кафедра маркетингу та логістики
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма зі спеціальності D5 «Маркетинг» ОПП «Маркетинг»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Назва галузі знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Назва спеціальності	спеціальність D5 «Маркетинг»
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр, бакалавр маркетингу
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми: – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання *3 роки 10 місяців* на базі повної середньої освіти; – 180 кредитів ЄКТС термін навчання *2 роки 10 місяців* на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» / «молодший бакалавр» / «молодший спеціаліст» із визнанням та перезарахуванням 60 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми фахової передвищої освіти.
Наявність акредитації	Акредитаційна комісія України, сертифікат: серія НД №1991723 від 25.09.2017 року
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти або ОС «Фаховий молодший бакалавр», або ОС «Молодший бакалавр», або ОКР «Молодший спеціаліст» без обмеження віку.
Форми здобуття освіти	денна, заочна
Мова викладання	Українська
Інтернет адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://snau.edu.ua/pro-universitet/struktura-universitetu/viddil-jakosti-osviti-licenzuvannja-ta-akreditacii/zabezpechennja-jakosti-osviti/katalog-osvitnih-program/
2 – МЕТА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ	
Програма розроблена відповідно до стратегії та місії університету, спрямована на формування у здобувачів системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють концептуальними та практичними навичками проведення маркетингових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств, установ і бізнес-структур, мають критичне осмислення теорій, принципів і методів прийняття ефективних управлінських та підприємницьких рішень у сфері професійної маркетингової діяльності.	
3- ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ	
Предметна область (галузь	Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»,

знань, спеціальність)	Спеціальність D5 «Маркетинг»
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньо-професійної програми	Загальна вища освіта першого (бакалаврського рівня) в галузі D «Бізнес, адміністрування та право» за спеціальністю D5 «Маркетинг». Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності аграрних підприємств. ***Ключові слова:*** маркетинг, аграрний маркетинг, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження, поведінка споживача.
Об'єкт вивчення	Об'єктом вивчення є *м*аркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.
Опис предметної області	*Цілі навчання:* підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. *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.
Особливості програми	Освітньо-професійна програма орієнтована на оволодіння базовими знаннями з маркетингу з акцентом на маркетингову діяльність суб'єктів аграрного ринку. В її основу також покладено практично-орієнтований підхід до професійної підготовки фахівців-маркетологів для аграрного сектору економіки, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища та науково-дослідної сфери.
Обсяг освітньої програми бакалавра	Обсяг освітньої програми становить 240 кредитів ЄКТС: 180 кредитів (75% обсягу освітніх компонентів) спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти; 60 кредитів (25%) передбачено на вибіркові освітні компоненти
4.- ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ	
Придатність до працевлаштування	Випускники здатні виконувати професійну роботу в різних підрозділах підприємств та організацій усіх форм власності та організаційно-правових форм. Після закінчення навчання за освітньо-професійною програмою бакалавр маркетингу здатен

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">виконувати зазначену в Національному класифікаторі України: Класифікатор професій ДК 003:2010 професійну роботу і може займати відповідну первинну посаду за категоріями згідно з Розділом 3. Фахівці, а саме:</td></tr>
<tr><td></td><td>Назва і шифр професійної групи</td><td>Професійна назва роботи (посада)</td></tr>
<tr><td></td><td>2419.2 Професіонали в сфері маркетингу</td><td>2419.2. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
2419.2. Рекламіст
2419.2. Консультант з маркетингу
2419.2. Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку
2419.2. Фахівець із зв’язків з громадськістю
2441. Маркетолог
2441. Мерчандайзинг
2441. Експерт зі збуту
2441. Агент
2441. Бренд-менеджер</td></tr>
<tr><td>Подальше навчання та академічні права випускників</td><td colspan="2">Мають право продовжити навчання за програмами: НРК України – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень. Можливість набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</td></tr>
<tr><td colspan="3">5. – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ</td></tr>
<tr><td>Викладання та навчання</td><td colspan="2">Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, змішане навчання в системі Moodle (CASE -study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних), самонавчання, використання сервісів відеозв’язку (Zoom, Webex, Microsoft Teams та ін.), навчання на основі досліджень тощо.
Викладання проводиться у вигляді: лекцій (мультимедійні, інтерактивні), семінари, практичні заняття, індивідуальні заняття, дистанційні технології навчання тощо. Комбінація лекцій, практичних занять із розв’язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів, що розвивають практичні уміння і навички та формують креативне мислення.</td></tr>
<tr><td>Оцінювання</td><td colspan="2">За освітньою програмою передбачено формативне (письмові та усні коментарі й настанови викладачів у процесі навчання, формування навичок самооцінювання, залучення студентів до оцінювання роботи один одного) та сумативне (оцінювання поточної роботи протягом вивчення окремих освітніх компонентів (презентації, тестування), письмові іспити з освітніх компонентів, захист звітів з практик, атестаційний екзамен.
Поточне опитування, тестовий контроль, презентація індивідуальних завдань, звіти команд, звіти з практики.
Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю
Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену зі спеціальності. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання програмних результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.</td></tr>
</table>

	Шкала оцінювання навчальних досягнень: 4-х рівнева національна шкала – «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно» та 100-бальна шкала за системою ECTS (A, B, C, D, E, FX, F).
6. - ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати 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.
Загальні компетентності (ЗК)	***Компетентності визначені стандартом вищої освіти:*** 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. ЗК 15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності ЗК16. Здатність застосовувати сучасні цифрові інструменти і технології, створювати цифровий контент, захищати інформацію у професійній діяльності. ЗК17. Здатність до саморозвитку, підтримки власного фізичного і психічного здоров'я, участі у суспільному житті.
Спеціальні (фахові) компетентності	***Компетентності визначені стандартом вищої освіти:*** ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
	ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
	ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення

	маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
	ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
	ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
	ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
	ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
	ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності
	ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності, здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.
	ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
	ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
	ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
	ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.
	ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
	Компетентності визначені СНАУ: ФК15. Здатність проводити дослідження поведінки споживачів та аналіз конкурентів; формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної, цінової та комунікаційної політики, використовуючи сучасні прийоми та методи аналізу ринкового середовища.
	ФК16. Здатність до організації системи збуту та формування ефективних логістичних систем та ланцюгів на аграрному ринку
	ФК17. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, аналіз результатів діяльності аграрного підприємства.

7. - ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Програмні результати визначені стандартом вищої освіти:

Р1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а

також особливості поведінки їх суб'єктів.
Р6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
Р7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
Р9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
Р10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
Р13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
Р15. 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.
Р16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
Р18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
Р19. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів недоброчесної поведінки та вміння застосовувати їх в професійній діяльності.
Р20. Глибоко усвідомлювати значення національної безпеки, збереження Української державності та функціонування інститутів, що її захищають; виявляти громадську відповідальність і активну залученість у процеси її підтримання, керуючись принципами ціннісно-орієнтованого та етичного лідерства в професійній та громадській діяльності.
Р21. Здатність критично осмислювати глобальні виклики, пов'язані зі змінами клімату, цифровізацією та соціальною трансформацією, а також застосовувати цифрові інструменти для розв'язання комплексних проблем сталого розвитку в мультикультурному та демократичному середовищі.

Програмні результати навчання, визначені СНАУ:

Р22. Вміти формувати положення товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики підприємства з використанням інформаційно-комунікаційних фахових технологій; використовувати ІТ – технології при визначенні стратегії розвитку маркетингової діяльності агарних підприємств;
Р23. Демонструвати знання і вміння з основ маркетингового планування в аграрних підприємствах; оцінювати ринкову інфраструктуру та результати підприємницької діяльності.
Р24. Знати основи обліку та фінансів, вміти аналізувати результати діяльності аграрного підприємства.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація бакалаврів здійснюється у формі складання атестаційного екзамену зі спеціальності D5 Маркетинг
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестаційний екзамен зі спеціальності передбачає оцінювання результатів навчання, визначених Стандартом вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та відповідною освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти. Атестаційний екзамен зі спеціальності D5 «Маркетинг» передбачає виконання тестових завдань, є формою кваліфікаційних випробувань, яка дозволяє об'єктивно і надійно визначити рівень освітньої і професійної підготовки випускників за цим освітньо-кваліфікаційним рівнем.
8. - РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ	
Кадрове забезпечення	Розробники програми з маркетингу: три доктори економічних наук, професори та два кандидати економічних наук, доценти. Гарант освітньо-професійної програми (керівник робочої групи): професор, доктор економічних наук. Всі науково-педагогічні працівники відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. №1187 (зі змінами №1134 від 31.10.2023). 65% науково-педагогічних працівників кафедри мають сертифікат володіння іноземною мовою на рівні В2. НПП є дійсними членами професійних об'єднань маркетологів, таких як ВГО «Українська асоціація маркетингу», ГО «Інноваційний університет». Для підвищення практичної спрямованості навчального процесу до проведення лекційних занять залучаються провідні фахівці-практики та закордонні фахівці. 100% науково-педагогічних працівників випускової кафедри мають публікації в Scopus и Web of Science, є авторами підручників та посібників. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників здійснюється через участь у тренінгах, семінарах, вебінарах, майстер-класах, конференціях, міжнародних стажуваннях тощо.
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо забезпечення Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти. Навчання за ОП здійснюється в предметних та спеціалізованих аудиторіях, комп'ютерних класах та навчальних лабораторіях, обладнаних відповідно до змісту освітніх компонентів. Освітній процес забезпечений комп'ютерною технікою, сучасними програмними засобами, мультимедійним та спеціальним обладнанням; здобувачі мають безкоштовний доступ до мережі Інтернет та бібліотеки університету з читальними залами. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць у гуртожитках відповідає вимогам. Для реалізації освітньо-професійної програми на факультеті економіки і менеджменту є спеціалізовані навчально-тренінгові та комп'ютерні лабораторії, обладнані необхідним устаткуванням та програмним забезпеченням. Дистанційне навчання реалізовано на платформах MOODLE, Google Classroom та платформах сервісів для проведення он-лайн конференцій ZOOM, Google Meet, Teams.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт СНАУ http://www.snau.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, міжнародне

	співробітництво, практику та працевлаштування, контакти. Усі зареєстровані в СНАУ користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Створено електронну картотеку книгозабезпечення. Читальний зал забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет, ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://library, http://snau.edu.ua. Всі освітні компоненти забезпечені робочими навчальними програмами (силабусами), конспектами лекцій, методичними рекомендаціями щодо проведення практичних занять та самостійної роботи, методичними рекомендаціями щодо проходження навчальної та виробничої практики, а також Е-курсами в середовищі MOODLE. Форми надання інформації та консультацій: комунікації через соціальні мережі, сайт, інформаційну платформу Moodle, месенджери, електронні пошти, телефони, під час особистих зустрічей. Університет має підключення до наукометричних баз даних Scopus та Web of Science.
9. - АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	Національна індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках договорів про встановлення науково-освітянських відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки: ННЦ «ІАЕ» НААН, ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН, Полтавський державний аграрний університет, Державний біотехнологічний університет, Державний університет телекомунікацій та інші.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Сумським НАУ та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів, зокрема, угодами про співпрацю з Університетом прикладних наук Вайенштефан (Німеччина), Університетом природничих наук у Варшаві (Польща), Хенанським інститутом науки і технологій (Китай), Чеським університетом прикладних наук (Чехія), Університетом Париж-Сакле (Франція), Університетом Барселони (Іспанія), Королівським аграрним університетом (Великобританія).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою.

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми «Маркетинг» перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1. НОРМАТИВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
	1.1 Дисципліни загальної підготовки	**40**	
ОК 1	Історично-філософські студії	5	Екзамен
ОК 1.1	Історія	2,5	Екзамен
ОК 1.2	Філософія	2,5	Екзамен
ОК 2	Іноземна мова	5	Залік / Екзамен
ОК 3	Громадянська освіта	5	Екзамен
ОК 4	Українська мова та академічне письмо	5	Екзамен
ОК 5	Основи національного супротиву	5	Диф. залік
ОК 5.1	Теоретична частина Основи національного супротиву / Психологічна адаптація*	2	Диф. залік
ОК 5.2	Теоретична частина Основи національного супротиву / Сталий розвиток у цифрову епоху	3	Диф. залік
ОК 6	Основи наукових досліджень	5	Екзамен
ОК 7	Економікс	5	Екзамен
ОК 8	Вища математика та теорія ймовірності	5	Залік / Екзамен
	1.2 Дисципліни професійної підготовки	**120**	
ОК 9	Економіко-математичні методи і моделі	5	Залік
ОК 10	Інформатика	5	Екзамен
ОК 11	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві	5	Екзамен
ОК 12	ЗЕД підприємства	5	Екзамен
ОК 13	Економіка підприємств	5	Екзамен
ОК 14	Менеджмент	5	Екзамен
ОК 15	Маркетинг	5	Екзамен
ОК 16	Фінанси, гроші і кредит	5	Екзамен
ОК 17	Бухгалтерський облік	5	Екзамен
ОК 18	Інформаційні фахові технології	5	Екзамен
ОК 19	Статистика	5	Екзамен
ОК 20	Аналіз господарської діяльності	5	Екзамен
ОК 21	Організація підприємницької діяльності	5	Екзамен
ОК 22	Ринкова інфраструктура	5	Екзамен
ОК 23	Маркетинг послуг	5	Екзамен
ОК 24	Маркетинг в малому бізнесі	5	Екзамен
ОК 25	Поведінка споживача	5	Екзамен
ОК 26	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
ОК 27	Логістика	5	Екзамен
ОК 28	Аграрний маркетинг	5	Екзамен
ОК 29	Маркетингові комунікації	5	Екзамен
ОК 30	Маркетингові дослідження	5	Екзамен

ОК 31	Маркетинг товарна політика	5	Екзамен
ОК 32	Діджитал маркетинг	5	Екзамен
Разом теоретичної нормативної підготовки		**160**	
Практична підготовка (ВПП) та ПА			
ОК 33. Навчальна практика		**5**	
ОК 34. Виробнича практика (базова з маркетингу)		**5**	
ОК 35. Виробнича практика та підсумкова атестація		**10**	
Усього		**20**	
2. ВИБІРКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ** ***Перелік вибіркових освітніх компонентів визначається за певним освітнім рівнем підготовки здобувачів вищої освіти, відповідно до Положення СНАУ «Про вибіркові навчальні дисципліни». Вибіркові дисципліни кратні 5,0 кредитам ЄКТС.*			
2.1 Цикл загально університетських вибіркових дисциплін загальної підготовки			
ВК 1	Вибір рухової активності	5	Залік
ВК 2	Гуманітарна вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 3	Вибіркова дисципліна, спрямована на розвиток загальних компетентностей	5	Залік
ВК 4	Вибіркова дисципліна, спрямована на розвиток загальних компетентностей	5	Залік
2.2 Цикл дисциплін загальної підготовки для спеціальностей факультету			
ВК 5	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 6	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 7	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 8	Вибіркова дисципліна	5	Залік
2.3 Цикл вибіркових дисциплін фахової підготовки			
ВК 9	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 10	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 11	Вибіркова дисципліна	5	Залік
ВК 12	Вибіркова дисципліна	5	Залік
Загальний обсяг вибіркових компонент:		**60**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО- ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		**240**	

** ОК 5.1 Психологічна адаптація викладається для здобувачів, яким не передбачено вивчення дисципліни ОК 5.1 Теоретична частина Основи національного супротиву, зокрема здобувачі вищої освіти:*

- *заочної форми навчання;*
- *із числа іноземних громадян;*
- *денної форми жіночої статі;*
- *усі особи, які мають право на пільги відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 № 734.*

1. Вибіркові дисципліни загальної підготовки здобувачів для всіх спеціальностей факультету економіки і менеджменту першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (2026 рік набору)

Освітній компонент	Кількість кредитів / години / форма контролю
Сучасні економічні концепції	5/150/залік
Теорія організації	5/150/залік
Регіональна економіка	5/150/залік
Економетрика	5/150/залік
Загальні основи організації господарського обліку	5/150/залік
Фінанси природокористування	5/150/залік
Ораторське мистецтво	5/150/залік
Фінансова інфраструктура бізнесу	5/150/залік
Економіка праці та соціально-трудові відносини	5/150/залік
Рекламний бізнес	5/150/залік
Податкова система	5/150/залік
Основи бізнес-аналітики	5/150/залік
Міжнародний аграрний бізнес	5/150/залік
Молодіжна політика та молодіжна робота	5/150/залік
Фінансовий аналіз	5/150/залік
Міжнародні фінанси	5/150/залік
Оподаткування підприємств АПК	5/150/залік
Планування і контроль на підприємстві	5/150/залік
Стале територіальне управління	5/150/залік
Міжнародна торгівля	5/150/залік
Брендинг	5/150/залік
Електронна комерція	5/150/залік
Маркетинг територій	5/150/залік
Інформаційні технології в формуванні управлінської звітності	5/150/залік
Менеджмент якості	5/150/залік
Організація публічних закупівель	5/150/залік
Біоекономіка і сталий розвиток	5/150/залік
Основи BIG DATA аналітики	5/150/залік

2. Дисципліни фахової (професійної) підготовки здобувачів ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (2026 рік набору)

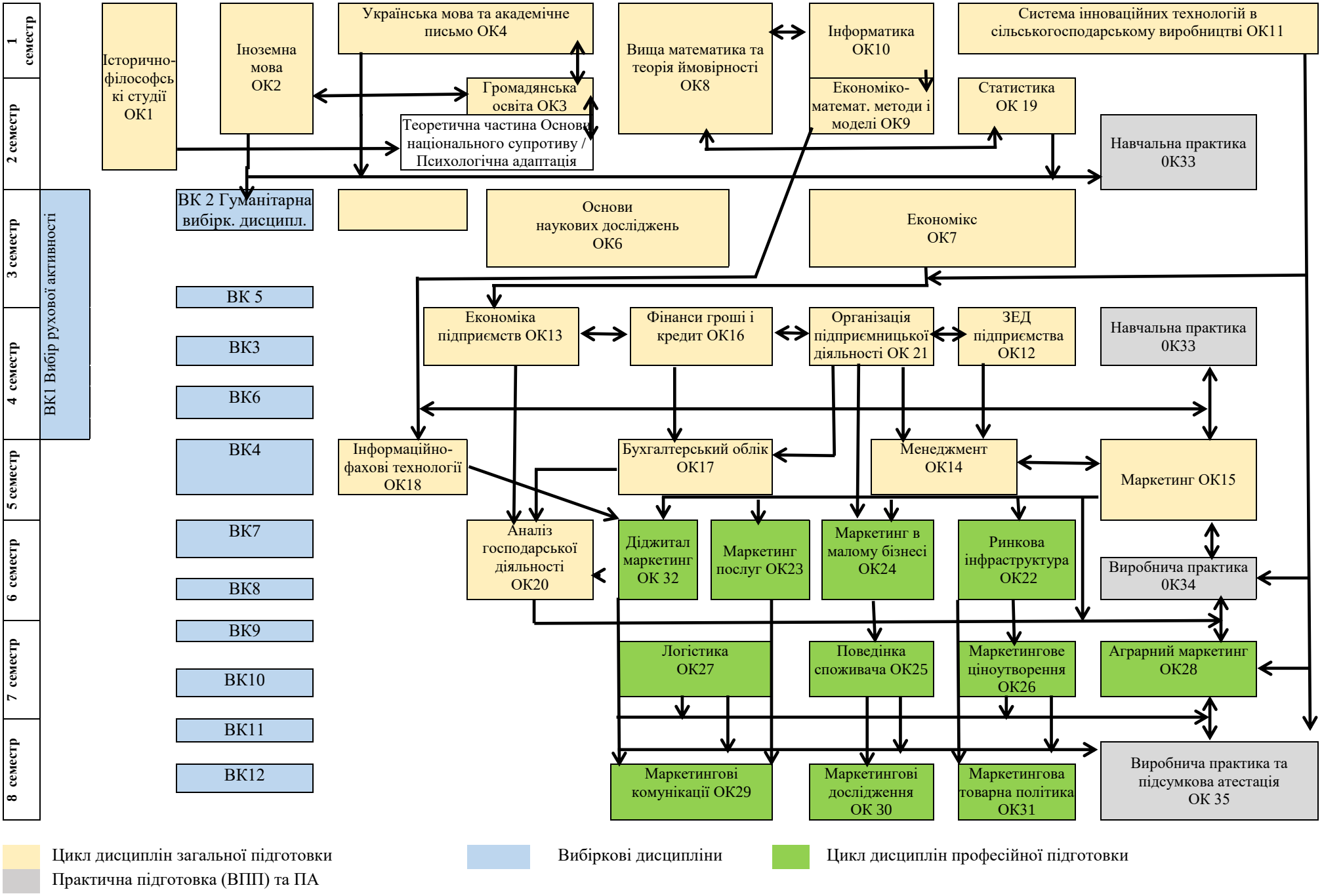
Освітній компонент	Кількість кредитів / години / форма контролю
Штучний інтелект в маркетингу	5/150/залік
SMM-маркетинг	5/150/залік
Електронна логістика	5/150/залік
Комерційна діяльність посередницьких структур	5/150/залік
Управління ланцюгами поставок	5/150/залік
Маркетинг закупівель	5/150/залік
Маркетингове планування і контроль	5/150/залік
Маркетинговий аудит	5/150/залік
Паблік рілейшнз (PR)	5/150/залік
HR - маркетинг	5/150/залік

Наведений перелік вибіркових освітніх компонентів може бути доповнений. Актуальний перелік вибіркових дисциплін формується та оновлюється з урахуванням потреб ринку праці, пропозицій роботодавців, здобувачів вищої освіти та інших стейкхолдерів, результатів моніторингу освітньої програми, оприлюднюється на офіційному вебсайті університету та затверджується Радою із забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти СНАУ відповідно до встановленої процедури.

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

<table>
<tr><th rowspan="2">Компоненти</th><th colspan="2">1 курс</th><th colspan="2">2 курс</th><th colspan="2">3 курс</th><th colspan="2">4 курс</th><th colspan="2">Всього</th></tr>
<tr><th>1 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>2 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>3 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>4 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>5 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>6 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>7 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>8 семестр (кредити, форма контролю)</th><th>кредити</th><th>%</th></tr>
<tr><td colspan="11">1. Обов’язкові компоненти ОПП</td></tr>
<tr><td rowspan="8">Цикл дисциплін загальної підготовки</td><td>Історія (екзамен – 2,5 кредити)</td><td>Філософія (екзамен – 2,5 кредити)</td><td>Основи наукових досліджень (екзамен – 5 кредитів)</td><td>Практична частина Основи національного супротиву /Сталий розвиток у цифрову епоху (диф.залік – 3 кредити)</td><td>Менеджмент (екзамен - 5 кредитів)</td><td rowspan="8">Аналіз господарської діяльності (екзамен - 5 кредитів)</td><td rowspan="8"></td><td rowspan="8"></td><td rowspan="8">105</td><td rowspan="8">43,8</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Іноземна мова (залік – 2,5 кредити)</td><td>Іноземна мова (екзамен – 2,5 кредити)</td><td rowspan="6">Економікс (екзамен – 5 кредитів)</td><td>ЗЕД підприємства (екзамен - 5 кредитів)</td><td>Маркетинг (екзамен - 5 кредитів)</td></tr>
<tr><td>Громадянська освіта (екзамен – 5 кредитів)</td><td rowspan="3">Економіка підприємств (екзамен - 5 кредитів)</td><td rowspan="2">Бухгалтерський облік (екзамен - 5 кредитів)</td></tr>
<tr><td>Українська мова та академічне письмо (екзамен – 5 кредитів)</td><td>Теоретична частина Основи національного супротиву / Психологічна адаптація (залік – 2 кредити)</td><td rowspan="4">Інформаційні фахові технології (екзамен - 5 кредитів)</td></tr>
<tr><td>Вища математика та теорія ймовірності (залік – 2,5 кредити)</td><td>Вища математика та теорія ймовірності (екзамен – 2,5 кредити)</td><td>Фінанси, гроші і кредит (екзамен - 5 кредитів)</td></tr>
<tr><td>Інформатика (екзамен – 5 кредитів)</td><td>Економіко-математичні методи і моделі (залік – 5 кредитів)</td><td rowspan="3">Організація підприємницької діяльності (екзамен - 5 кредитів)</td></tr>
</table>

	Системи інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві (екзамен – 5 кредитів)	Статистика (екзамен - 5 кредитів)								
Цикл дисциплін професійної підготовки					Маркетинг в малому бізнесі (екзамен - 5 кредитів)	Ринкова інфра-структура (екзамен - 5 кредитів)	Поведінка споживача (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингові комунікації (екзамен - 5 кредитів)	**55**	**22,9**
						Маркетинг послуг (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингове ціно-утворення (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингові дослідження (екзамен - 5 кредитів)		
						Діджитал маркетинг (екзамен – 5 кредитів)	Логістика (екзамен - 5 кредитів)	Маркетингова товарна політика (екзамен - 5 кредитів)		
							Аграрний маркетинг (екзамен - 5 кредитів)			
Практична підготовка (ВПП) та ПА		Навчальна практика з іноземної мови (2 кредити)		Навчальна практика (Вступ до фаху) (3 кредити)		Виробнича практика (базова з фаху) (5 кредитів)		Виробнича практика та підсумкова атестація (10 кредитів)	**20**	**8,3**
Загальний обсяг обов'язкових компонент	**22,5**	**26,5**	**10**	**26**	**25**	**25**	**20**	**25**	**180**	**75**
2. Вибіркові компоненти ОПП										
Загальний обсяг вибіркових компонент									**60**	**25**
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПП									**240**	**100**


1 семестр
2 семестр
3 семестр
4 семестр
5 семестр
6 семестр
7 семестр
8 семестр
ВК1 Вибір рухової активності
Історично-філософські студії ОК1
Іноземна мова ОК2
Українська мова та академічне письмо ОК4
Громадянська освіта ОК3
Теоретична частина Основи національного супротиву / Психологічна адаптація
Вища математика та теорія ймовірності ОК8
Інформатика ОК10
Економіко-математ. методи і моделі ОК9
Система інноваційних технологій в сільськогосподарському виробництві ОК11
Статистика ОК 19
Навчальна практика 0К33
ВК 2 Гуманітарна вибірк. дисципл.
Основи наукових досліджень ОК6
Економікс ОК7
ВК 5
ВК3
ВК6
ВК4
ВК7
ВК8
ВК9
ВК10
ВК11
ВК12
Економіка підприємств ОК13
Фінанси гроші і кредит ОК16
Організація підприємницької діяльності ОК 21
ЗЕД підприємства ОК12
Навчальна практика 0К33
Інформаційно-фахові технології ОК18
Бухгалтерський облік ОК17
Менеджмент ОК14
Маркетинг ОК15
Аналіз господарської діяльності ОК20
Діджитал маркетинг ОК 32
Маркетинг послуг ОК23
Маркетинг в малому бізнесі ОК24
Ринкова інфраструктура ОК22
Виробнича практика 0К34
Логістика ОК27
Поведінка споживача ОК25
Маркетингове ціноутворення ОК26
Аграрний маркетинг ОК28
Маркетингові комунікації ОК29
Маркетингові дослідження ОК 30
Маркетингова товарна політика ОК31
Виробнича практика та підсумкова атестація ОК 35
Цикл дисциплін загальної підготовки
Практична підготовка (ВПП) та ПА
Вибіркові дисципліни
Цикл дисциплін професійної підготовки

Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми (обов'язкові компоненти ОП)

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5.1	ОК 5.2	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК1				+	+	+																			+											
ЗК2	+				+	+			+				+		+								+													
ЗК3		+						+	+	+	+	+	+								+	+												+	+	+
ЗК4								+		+		+		+			+	+	+											+						
ЗК5								+								+																			+	+
ЗК6				+						+			+		+		+							+	+									+	+
ЗК7									+	+				+	+		+	+	+		+	+	+	+				+	+			+			+	+
ЗК8								+													+			+			+			+	+				+	+
ЗК9											+	+	+							+										+			+			
ЗК10			+											+																				+			
ЗК11																+			+					+										+	+	+
ЗК12			+	+	+																													+	+	+
ЗК13			+						+					+																	+	+				
ЗК14	+	+		+												+																			+	+
ЗК15				+				+																													
ЗК16							+																														
ЗК17							+																														
ФК1																	+												+					+	+
ФК2								+									+	+									+			+			+		+		
ФК3																	+				+	+									+		+				
ФК4																	+							+	+												
ФК5											+	+					+				+				+		+	+			+				+	+
ФК6																				+												+		+		+	+
ФК7													+		+							+	+	+				+	+						+	+
ФК8																							+		+					+				+			
ФК9													+																	+			+		+	+
ФК10											+	+								+														+	+	+	+
ФК11									+														+	+			+		+						+	+
ФК12								+				+																		+	+				+	+
ФК13																+	+								+					+						
ФК14																	+	+							+											+	+
ФК15																	+			+		+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+	+
ФК16																										+			+	+						+	+
ФК17																		+	+			+														+	+

Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми (обов'язкові компоненти ОП)

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5.1	ОК 5.2	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Р1																	+								+	+				+			+		+	+	+
Р2									+		+						+			+	+	+	+				+					+			+	+	+
Р3																	+								+			+		+			+			+	+
Р4								+		+					+	+		+	+		+	+	+				+	+			+				+	+
Р5								+																+		+								+		+	+
Р6									+						+	+		+	+		+	+				+		+	+		+				+	+	+
Р7											+	+	+							+														+	+		
Р8													+												+						+		+	+			
Р9																+	+						+											+		+	+
Р10		+	+		+				+	+	+	+			+	+					+			+					+					+	+		
Р11														+		+		+					+						+								
Р12	+	+	+	+	+			+		+														+											+	+
Р13																+			+				+						+							+	+
Р14																+											+				+	+			+		
Р15	+	+		+																																	
Р16																	+			+								+			+				+	+	+
Р17			+		+			+						+																	+						
Р18		+	+	+	+																										+						
Р19				+				+																														
Р20						+																															
Р21							+																														
Р22																																					
Р23												+	+							+					+		+	+		+	+	+	+	+		+	+
Р24																		+	+			+														+	+

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	**Знання** **Зн1** Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень **Зн2** Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	**Уміння** **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	**Комунікація** **К1** Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності **К2** Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	**Автономія та відповідальність** **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
Загальні компетентності - 17				
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
ЗК15	ЗН2	УМ1		АВ3
ЗК16	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
ЗК17	ЗН1		К2	АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності – 17				
ФК1	ЗН1		К1	
ФК2	ЗН2	УМ1	К1	
ФК3		УМ1	К1	
ФК4	ЗН2		К1	АВ2
ФК5	ЗН2	УМ1		
ФК6	ЗН2	УМ1	К1	
ФК7	ЗН2	УМ1	К1	
ФК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
ФК9	ЗН1		К1	
ФК10	ЗН1	УМ1		
ФК11	ЗН2	УМ1	К1	
ФК12		УМ1	К2	АВ2
ФК13		УМ1	К1	АВ2
ФК14		УМ1	К1	АВ2
ФК15			К2	АВ2
ФК16		УМ1	К1	АВ1
ФК17		УМ1	К1	АВ3