**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ**

**ПРОЄКТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**МАРКЕТИНГ**

другого (магістерського) рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація освітня: магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ УНІВЕРСИТЕТУ

Голова вченої ради

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ проф. Безлюдний О.І.

протокол №\_\_від «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 р.

Освітня програма вводиться в дію з «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 р.

Ректор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_проф. Безлюдний О.І.

наказ №\_\_\_\_\_від «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021р.

Умань, 2021 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

|  |  |
| --- | --- |
| ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ | 07 Управління та адміністрування |
| СПЕЦІАЛЬНІСТЬ | 075 Маркетинг |
| РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ | Другий (магістерський) рівень вищої освіти |
| СТУПІНЬ | Магістр |
| КВАЛІФІКАЦІЯ | Магістр маркетингу |

ПОГОДЖЕНО

Голова навчально-методичної ради УДПУ імені Павла Тичини

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Розгон В. В.

РОЗРОБЛЕНО І РЕКОМЕНДОВАНО

проектною групою кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Керівник проектної групи

(гарант освітньої програми)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Пачева Н.О.

**ПЕРЕДМОВА**

Освітньо-професійна програма розроблена проектною групою кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Керівник проектної групи (гарант освітньої програми):

**Пачева Наталія Олександрівна,** кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Члени проектної групи:

**Чирва Ольга Григорівна,** доктор економічних наук, професор; професор кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

**Білошкурська Наталія Володимирівна,** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються.

**І. Профіль освітньої програми зі спеціальності**

|  |
| --- |
| **1 – Загальна інформація** |
| **Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу**  | Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти, кафедра маркетингу, менеджменту та управління бізнесом |
| **Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу** | Другий (магістерський) рівень вищої освіти Кваліфікація: магістр маркетингу |
| **Офіційна назва освітньої програми** | Освітньо-професійна програма «Маркетинг» |
| **Тип диплому та обсяг освітньої програми** | Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці |
| **Наявність акредитації** | Серія УД № 24002075Відповідно до рішення Акредитаційної комісії від 20 лютого 2018 р. протокол № 128 (наказом МОН України від 27.02.2018 р. № 204 )в галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 Маркетинг визнано акредитованим за рівнем магістр (на підставі наказу МОН України від 27.02.2018 р. № 204) Термін дії сертифіката до 1 липня 2023 р. |
| **Цикл/рівень** | НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень. |
| **Передумови** | Наявність освітнього ступеня «Бакалавр», освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст». Вимоги до вступу визначаються правилами прийому на здобуття ОС «Магістр». |
| **Мова(и) викладання** | Українська мова. |
| **Термін дії освітньої програми** | До 1 липня 2023 р. |
| **Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми** | <https://econom.udpu.org.ua/osvitnya-programa> |
| **2 – Мета освітньої програми** |
| Підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців у сфері маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення, відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, що сприяють соціальній мобільності, стійкості на ринку праці; здатні легко адаптуватися до нових видів і форм зайнятості в економіці в умовах швидких темпів розвитку світової спільноти та глобалізації світу та вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. |
| **3 – Характеристика освітньої програми** |
| **Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація** **(за наявності))** | *Галузь знань:* 07 Управління та адміністрування*Спеціальність:* 075 Маркетинг*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; понятійнокатегорійний 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. |
| **Орієнтація освітньої програми** | Освітньо-професійна програма. Програма передбачає формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях. |
| **Основний фокус освітньої програми та спеціалізації** | Загальна програма з маркетингу. Акцент на здобутті навичок та знань з маркетингу, який передбачає визначену зайнятість і можливість подальшої освіти та кар’єрного зростання.Ключові слова: маркетинг, маркетингове планування, маркетинговий менеджмент, реклама, потреба споживача, зв’язки з громадськістю. |
| **Особливості програми** | Виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом».  |
| **4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання** |
| **Придатність до працевлаштування** | Фахівці згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010) а саме: директор з маркетингу; керівник служби маркетингу; комерційний директор; керівник підрозділів збуту, постачання та логістики; керівник підрозділу з маркетингових досліджень; маркетолог-аналітик; керівник проектів та програм у сфері матеріального (нематеріального) виробництва; професіонал у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; викладач економічних дисциплін. |
| **Подальше навчання** | Можливість навчання за програмою третього рівня за цією галуззю знань або суміжною – освітньо-наукові програми вищої освіти (що узгоджуються з отриманим диплома магістра) за освітньо-науковим ступенем «Доктор філософії». |
| **5 − Викладання та оцінювання** |
| **Викладання та навчання** | Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, ініціативне самонавчання. Підхід до викладання та навчання передбачає: упровадження принципів студентоцентричного навчання з метою врахування освітніх цінностей та потреб суб’єкта навчальної діяльності; організацію навчальної діяльності на засадах проблемно-орієнтованого навчання; упровадження інтерактивних методів навчання з метою формування професійних навичок, що забезпечують розвиток критичного мислення у студентів; інформаційну підтримку щодо участі студентів у конкурсах на одержання іменних стипендій, премій, грантів (у тому числі міжнародних); сприяння участі студентів у студентських наукових олімпіадах, конкурсах. Навчально-методичне забезпечення і консультування самостійної роботи здійснюється через університетське інформаційно-освітнє середовище Moodle. |
| **Оцінювання** | Формами контролю знань здобувачів освітньої програми є поточний, модульний і підсумковий контролі. Поточний контроль здійснюють під час проведення практичних, лабораторних і семінарських занять, він має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи. Модульний контроль проходить після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Форму модульного контролю (у вигляді тестів, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити кількісно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо) обирає лектор дисципліни. Після проведення модульного контролю з усіх змістових модулів і визначення їх рейтингових оцінок лектор дисципліни визначає загальний рейтинг здобувача з навчальної роботи. Підсумковий контроль передбачає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Здобувач допускається до семестрового контролю, якщо він виконав усі види робіт, завдань, передбачених робочим навчальним планом на семестр із відповідної навчальної дисципліни. Проведення семестрового контролю у формах екзамену чи заліку з конкретної навчальної дисципліни регламентує «Положення про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини». Атестація випускників освітньої програми проводиться у формі комплексного екзамену за фахом та захисту кваліфікаційної роботи. |
| **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. |
| **Фахові компетентності спеціальності (ФК)** | **ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **ФК4.** Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. **ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. **ФК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків. **ФК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. **ФК9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.  |
| 1. **– Програмні результати навчання**
 |
| **ПРН 1**. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.**ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 3**. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.**ПРН 4.** Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.**ПРН 5.** Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.**ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.**ПРН 7.** Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта.**ПРН 8**. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.**ПРН 9.** Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.**ПРН 10**. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.**ПРН 11.** Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб’єкта.**ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.**ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.**ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку.**ПРН 15**. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. |
| **8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми** |
| **Кадрове забезпечення** | Процес навчання забезпечують провідні фахівці кафедр університету. |
| **Матеріально-технічне забезпечення** | Наявна матеріально-технічна база, що забезпечує проведення всіх видів лабораторної, практичної, дисциплінарної та міждисциплінарної підготовки та науково-дослідної роботи студентів: 5 навчальних корпусів; гуртожитки; 2 спеціалізовані лабораторії; 2 комп’ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет (90%); 4 мультимедійного обладнання; спортивний зал, спортивні майданчики. |
| **Інформаційне та навчально – методичне забезпечення** | Щорічно оновлену інформацію про організацію освітньої діяльності для підготовки здобувачів вищої освіти розміщують на сайті Університету <https://udpu.edu.ua> у рубриці «Навчання». Освітні програми підготовки здобувачів вищої освіти опубліковують і розміщують на веб-сайті Університету в рубриці «Навчання. Освітні програми» <https://udpu.edu.ua/navchannia/osvitni-prohramy>. На сайті університету також висвітлюють: академічний календар (оновлений на кожний навчальний рік); графік освітнього процесу (оновлений на кожний навчальний рік); нормативні документи (положення), які регламентують організацію освітнього прогресу в Університеті.Підтримку навчальної діяльності та управління освітнім процесом в інформаційному середовищі Університету забезпечують сайти:– інформаційно-освітнє середовище <https://dls.udpu.edu.ua>, яке містить електронні навчальні курси (ЕНК) для здобувачів вищої освіти. Кожна навчальна дисципліна має електронну підтримку у вигляді електронного курсу з теоретичним матеріалом, ресурсами для виконання лабораторних та практичних робіт, самостійної роботи, поточного, модульного і підсумкового контролів;– електронний архів навчальних, наукових та навчально- методичних матеріалів <https://library.udpu.edu.ua>, до яких увійшли оцифровані підручники, посібники, навчально-методичні матеріали, електронні копії наукових статей працівників університету; матеріали конференцій, які проводилися в університеті, автореферати дисертацій, захищених в Університеті, методичні матеріали на підтримку навчального прогресу, патенти.Відкрито доступ до наукометричних баз даних Web of Science та SCOPUS видавництва Elsevier, що надають користувачам можливість отримати результати тематичного пошуку, відслідкувати свій рейтинг.Бібліотечний фонд університету багатогалузевий, нараховує 417 446 примірників вітчизняної та зарубіжної літератури, зокрема рідкісних видань, спец. видів науково-технічної літератури і документів, авторефератів дисертацій, дисертацій. Бібліотека щороку здійснює передплату 202 назв методичних, наукових, фахових періодичних видань. В структурі бібліотеки наявні 6 читальних залів на 45 посадкових місць. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайт Університету: <https://library.udpu.edu.ua>. |
| **9 – Академічна мобільність** |
| **Національна кредитна мобільність** | Академічна мобільність здобувачів вищої освіти передбачає їхню участь в освітньому процесі Університету та партнерських закладів освіти, проходження виробничої практики, проведення наукових досліджень із можливістю перезарахування в установленому порядку опанованих навчальних дисциплін, практик тощо.Основні цілі і завдання, організаційне забезпечення академічної мобільності здобувачів вищої освіти в Університеті, порядок визнання та перезарахування результатів їхнього навчання, права та обов’язки осіб, які беруть участь у програмах академічної мобільності, порядок звітності та оформлення документів за результатами їхнього навчання регламентує «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність здобувачів вищої освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини». |
| **Міжнародна кредитна мобільність** | Право здобувачів вищої освіти на академічну мобільність реалізовується на підставі міжнародних програм і проєктів, договорів про співробітництво в галузі освіти і науки між Університетом та закладами-партнерами або з власної ініціативи здобувача, підтримуваної адміністрацією Університету, на основі індивідуальних запрошень.Формами академічної мобільності здобувачів вищої освіти в Університеті є навчання за програмами академічної мобільності, мовне або наукове стажування, проходження навчальної та виробничої практик.Навчання учасників освітнього процесу за програмами академічної мобільності може передбачати отримання випускниками документа про вищу освіту закладу-партнера, а також спільних або подвійних документів про вищу освіту закладів-партнерів. Реалізуються програми академічного співробітництва:Угода про співробітництво 19.06.2017 р. (безстрокова), Природничо-гуманітарний університет у Седльце. Польща.Угода про співробітництво 04.05.2010 р. (безстрокова), Державна вища школа професійної освіти імені Іполіта Цегельського у Гнєзно. Польща.Угода про співробітництво 19.07.2012 р. (безстрокова), Корпус миру Сполучених Штатів Америки в Україні.Протокол про міжнародне освітнє співробітництво (09.02.2018 – 09.02.2023 рр.), Анталійський Білім університет, м. Анталія, Туреччина. |
| **Навчання іноземних здобувачів вищої освіти** | Можливість навчання іноземних студентів не передбачена. |

**ІІ. Перелік освітніх компонент освітньої програми**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, кваліфікаційні роботи) | Кількість кредитів | Форма підсумк. контролю |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Обов’язкові компоненти ОП** |
| 1. **Цикл загальної підготовки**
 |
| * 1. **Гуманітарна підготовка**
 |
| ОК 01 | Соціальна відповідальність | 3 | екзамен |
| ОК 02 | Бізнес етика в галузі | 4 | екзамен |
| ОК 03 | Методологія та організація наукових досліджень | 3 | залік |
| * 1. **Фундаментальна підготовка**
 |
| ОК 04 | Менеджмент персоналу | 4 | екзамен |
| ОК 05 | Соціальне підприємництво | 3 | залік |
| ОК 06 | Біржовий ринок | 3 | екзамен |
| ОК 07 | Соціальний маркетинг | 3 | екзамен |
| ОК 08 | Фінансовий менеджмент | 4 | екзамен |
| Всього | 27 |  |
| **ІІ. Цикл професійної підготовки** |
| ОК 09 | Стратегічний маркетинг | 5 | екзамен, к/р |
| ОК 10 | Рекламний менеджмент | 4 | екзамен |
| ОК 11 | Логістичний менеджмент | 4 | екзамен |
| ОК 12 | Маркетинговий менеджмент | 4 | екзамен |
| Всього | 17 |  |
| **Загальний обсяг обов’язкових компонент:** | **44** |  |
| **Вибіркові компоненти ОП** |
| **ІІІ. Дисципліни вільного вибору студента 24** |
|  | **Практична підготовка** |
| ПП01 | Виробнича (асистенська) практика | 6 | залік |
| ПП02 | Виробнича практика | 6 | залік |
|  | **Атестація** | **1** |  |
|  | **Підготовка кваліфікаційної роботи** | **9** |  |
| **ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ 90** |

**ІІІ. Перелік освітніх компонент освітньої програми** **Маркетинг** **та їх логічна послідовність**

|  |  |
| --- | --- |
| Код н/д  | Обов’язкові компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, практики, атестація) |
|  | **1 семестр** |
| ОК 01 | Соціальна відповідальність  |
| ОК 02 | Бізнес етика в галузі |
| ОК 03 | Методологія та організація наукових досліджень |
| ОК 04 | Менеджмент персоналу |
| ОК 05 | Соціальне підприємництво |
| ОК 06 | Біржовий ринок |
| ОК 08 | Фінансовий менеджмент |
|  | **2 семестр** |
| ОК 09 | Стратегічний маркетинг |
| ОК 10 | Рекламний менеджмент |
| П 01 | Виробнича (асистентська) практика |
|  | **3 семестр** |
| ОК 07 | Соціальний маркетинг  |
| ОК 11 | Логістичний менеджмент  |
| ОК 12 | Маркетинговий менеджмент |
| П 02 | Виробнича практика |
|  | Атестація |

**ІV. ОПИС ПРОГРАМИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач** | **Програмні результати навчання** | **Найменування навчальних дисциплін,****практик** |
| **Обов’язкові компоненти ОП** |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК5.** Навички міжособистісної взаємодії. **ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. | **ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 8**. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.**ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку. | Соціальна відповідальність |
| **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК5.** Навички міжособистісної взаємодії. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК4.** Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.  | **ПРН 1**. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.**ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 8**. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.**ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку. | Бізнес етика в галузі |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.**ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **ФК9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. | **ПРН 3**. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.**ПРН 5.** Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.**ПРН 11.** Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб’єкта.**ПРН 15.** Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. | Методологія та організація наукових досліджень |
| **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. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. **ФК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків. **ФК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.  | **ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.**ПРН 8**. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.**ПРН 10**. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.**ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. | Менеджмент персоналу |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК4.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. **ЗК5.** Навички міжособистісної взаємодії. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ФК4.** Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. **ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.  | **ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.**ПРН 8**. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. | Соціальне підприємництво |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.**ФК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків.  | **ПРН 3**. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.**ПРН 4.** Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.**ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.**ПРН 7.** Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта.**ПРН 10**. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.**ПРН 11.** Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб’єкта.**ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.**ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку. | Біржовий ринок |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.**ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.  | **ПРН 1**. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.**ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 3**. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.**ПРН 4.** Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.**ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. | Соціальний маркетинг |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ЗК8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.**ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків. **ФК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.  | **ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.**ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. | Фінансовий менеджмент |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ЗК8.** Здатність розробляти проекти та управляти ними.**ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. **ФК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків. **ФК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. **ФК9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. | **ПРН 1**. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.**ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 3**. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.**ПРН 4.** Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.**ПРН 5.** Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.**ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.**ПРН 11.** Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб’єкта.**ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. | Стратегічний маркетинг |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. **ФК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.  | **ПРН 1**. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.**ПРН 6.** Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.**ПРН 10**. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. | Рекламний менеджмент |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК5.** Навички міжособистісної взаємодії. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. | **ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 4.** Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.**ПРН 7.** Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта.**ПРН 8**. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.**ПРН 10**. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.**ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. | Логістичний менеджмент |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК3.** Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. **ЗК7.** Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. **ФК7.** Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків. **ФК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.  | **ПРН 1**. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.**ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 7.** Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта.**ПРН 10**. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.**ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.**ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.**ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку. | Маркетинговий менеджмент |
| **Практична підготовка ОП** |
| **ЗК1.** Здатність приймати обґрунтовані рішення. **ЗК2.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність). **ЗК4.** Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. **ЗК6.** Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. **ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **ФК9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. | **ПРН 5.** Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.**ПРН 8**. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. | Виробнича (асистентська) практика |
| **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. **ФК1**. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. **ФК2.** Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. **ФК3.** Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. **ФК5.** Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. **ФК6.** Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. **ФК8.** Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. **ФК9.** Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. | **ПРН 2.** Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.**ПРН 3**. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.**ПРН 5.** Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.**ПРН 12.** Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.**ПРН 13.** Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.**ПРН 14.** Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку. | Виробнича практика |

**V. Форми атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньої програми проводиться згідно з «Положенням про випускні кваліфікаційні роботи в УДПУ імені Павла Тичини», «Положенням про організацію освітнього процесу в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про Європейську кредитно-трансферну систему навчання в Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини», «Положенням про порядок створення та організацію роботи Екзаменаційної комісії» та інших нормативно-правових актів.

Атестація випускників освітньої програми здійснюється у формі комплексного екзамену за фахом та публічного захисту кваліфікаційної роботи і завершується видачею документу державного зразка про присудження ступеня магістр.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складної задачі або проблеми в сфері менеджменту, задачі або проблеми в сфері менеджменту, що потребує здійснення досліджень та/або інновацій і характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням теорій та методів економічної науки. Перед захистом кваліфікаційні роботи проходять обов’язкову перевірку на наявність академічного плагіату. Роботи, виконані не самостійно, а також ті, що не пройшли перевірку або мають понад 25% неоригінального тексту, до захисту не допускають.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**VI. Структурно-логічна схема ОП**

ВК

Атестаційний екзамен

Кваліфікаційна робота

ОК07

ВК

ОК09

ОК10

ПП02

ОК12

***3 семестр***

ОК11

ОК04

ПП01

ОК02

ОК01

ОК05

ОК03

ОК06

ОК08

***1 семестр***

***2 семестр***

**VII. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам** **освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ОК 01** | **ОК 02** | **ОК 03** | **ОК 04** | **ОК 05** | **ОК 06** | **ОК 07** | **ОК 08** | **ОК 09** | **ОК 10** | **ОК 11** | **ОК 12** | **ПП01** | **ПП02** |
| **ЗК 01** | + |  | + | + | + | + | . | + | + | . | + | + | + | . |
| **ЗК 02** | . | + | + | + | + | . | + |  | + | + |  | + | + | . |
| **ЗК 03** | + |  | + | + |  | + | + | + | + | + |  | + |  | + |
| **ЗК 04** |  |  |  | + | + |  |  |  |  |  |  |  | + | + |
| **ЗК 05** | + | + |  | + | + |  |  |  |  |  | + |  |  | + |
| **ЗК 06** |  |  | + |  |  |  |  | + | + | + |  |  | + | + |
| **ЗК 07** |  | **+** |  |  | **+** |  |  | **+** | **+** | + | **+** | **+** |  | **.** |
| **ЗК 08** |  |  | . |  |  | **+** | **+** | **+** | **+** |  |  |  |  | **.** |
| **СК 01** | + | + | + |  |  |  | **+** |  | + | + | + |  | + | + |
| **СК 02** | + |  | + |  |  |  | **+** |  | + |  | + | + | + | + |
| **СК 03** |  |  | + |  |  | + | + |  | + |  |  |  | + | + |
| **СК 04** |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **СК 05** |  |  |  |  | + | + |  | . | + | . |  | . |  | + |
| **СК 06** |  |  |  | + | + |  | + |  | + | + | + | + |  | + |
| **СК 07** |  |  |  | + |  | + |  | + | + |  |  | + |  |  |
| **СК 08** |  |  |  | + |  |  |  | + | + | + |  | + |  | + |
| **СК 09** | + |  | + |  |  |  |  |  | + |  |  |  | + | + |

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

**зі спеціальності 075 Маркетинг**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ОК 01** | **ОК 02** | **ОК 03** | **ОК 04** | **ОК 05** | **ОК 06** | **ОК 07** | **ОК 08** | **ОК 09** | **ОК 10** | **ОК 11** | **ОК 12** | **ПП01** | **ПП02** |
| **ПРН 01** |  | **+** |  |  |  |  | **+** |  | **+** | **+** |  | **+** |  |  |
| **ПРН 02** | **+** | **+** |  |  | **+** |  | **+** | **+** | **+** |  | **+** | **+** |  | **+** |
| **ПРН 03** |  |  | **+** |  |  | **.** | **+** |  | **+** |  |  |  |  | **+** |
| **ПРН 04** |  |  |  |  |  | **+** | **+** |  | **+** |  | **+** |  |  |  |
| **ПРН 05** |  |  | **+** |  |  |  |  |  | **.** |  |  |  | **+** | **+** |
| **ПРН 06** |  |  |  | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** | **+** |  |  |  |  |
| **ПРН 07** |  |  |  |  |  | **.** |  |  |  |  | **+** | **+** |  |  |
| **ПРН 08** | **+** | **+** |  | **+** | **+** |  |  |  |  |  | **+** |  | **+** |  |
| **ПРН 09** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ПРН10** |  |  |  | **+** |  | **.** |  |  |  | **+** | **+** | **+** |  |  |
| **ПРН11** |  |  | **+** |  |  | **.** |  |  | **+** |  |  |  |  |  |
| **ПРН12** |  |  |  |  |  |  |  | **+** | **+** |  |  | **+** |  | **+** |
| **ПРН13** |  |  |  | **+** |  | **+** |  |  |  |  | **+** | **+** |  | **+** |
| **ПРН14** | **+** | **+** |  |  |  | **+** |  |  |  |  |  | **+** |  | **+** |
| **ПРН15** |  |  | **+** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**XI. Перелік нормативних документів, на яких базується стандарт вищої освіти**

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556- 18.

2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.

3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-%D0%BF).

5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. – [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF).

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. – режим доступу: https://mon.gov.ua/ua/osvita/vishaosvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichnirekomendaciyi-vo

***Корисні посилання:***

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). – http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-andguidelines\_for\_qa\_in\_the\_ehea\_2015.pdf.

8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011. – <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>.

9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2013. – http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training2013.pdf.

Керівник проектної групи

(гарант освітньої програми)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.О. Пачева

Програма схвалена на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № \_\_ від \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р.).

Завідувач кафедри\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С. М. Подзігун

Програму затверджено вченою радою Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № \_\_ від \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ р.).

Голова ради інституту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.А. Слатвінський

Освітньо-професійну програму рекомендовано до впровадження вченою радою Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № \_\_\_ від «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 р.).

Учений секретар університету\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С. А. Шуляк