

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

**«ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ» /
«TRADE MARKETING»**

**Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**Кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр
спеціальність «Маркетинг»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДТЕУ**

Голова вченої ради

/Анатолій МАЗАРАКІ/

(протокол № __ від «__» _____ 20__ р.)

Освітня програма вводиться в дію з _____ 2023 р.

Ректор _____ /Анатолій МАЗАРАКІ/

(наказ № __ від «__» _____ 20__ р.)

Київ 20__ р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Погоджено

Перший проректор
з науково-педагогічної роботи
ДТЕУ

_____ Наталія ПРИГУЛЬСЬКА
_____ 20__ р.

Погоджено

Проректор з наукової роботи
ДТЕУ

_____ Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено

Начальник навчального відділу
ДТЕУ

_____ Сергій КАМІНСЬКИЙ
_____ 20__ р.

Погоджено

Начальник навчально-методичного
відділу ДТЕУ

_____ Тетяна БОЖКО
_____ 20__ р.

Погоджено

Декан факультету
торгівлі та маркетингу ДТЕУ

_____ Віктор ОСИКА
_____ 20__ р.

Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу
ДТЕУ

_____ Олена БОНДАРЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено

Керівник групи забезпечення
спеціальності ДТЕУ

_____ Олена БОНДАРЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено

Гарант освітньої програми ДТЕУ

_____ Любов ВАСИЛИШИНА
_____ 20__ р.

Погоджено

Заступник директора з комерційних
питань ТОВ «СК «ТЕН»

_____ Тетяна БУТЕНКО
_____ 20__ р.

Погоджено

Директор ТОВ «БУД ТЕХНО СЕРВІС»

_____ Юлія МНСВЕЦЬ
_____ 20__ р.

Погоджено

Голови РСС факультету
торгівлі та маркетингу

_____ Діана ГОХБЕРГ
_____ 20__ р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Бондаренко Олена Сергіївна, завідувач кафедри маркетингу, д-р екон. наук, професор, керівник групи забезпечення спеціальності «Маркетинг».
2. Василюшина Любов Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук, керівник робочої групи, гарант освітньої програми «Трейд-маркетинг».
3. Данілова Людмила Леонідівна, доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук, доцент.
4. Янковець Тетяна Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук, доцент.
5. Польовий Андрій Вадимович, студент 1-го курсу ступеня вищої освіти магістр спеціальності «Маркетинг», освітньої програми «Трейд-маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Бутенко Тетяна Олегівна, заступник директора з комерційних питань ТОВ «СК «ТЕН», канд. екон. наук.
2. Мнєвець Юлія Віталіївна, директор ТОВ «БУД ТЕХНО СЕРВІС».

1. Профіль освітньої програми «Трейд-маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Трейд-маркетинг»
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає СВО МОН України
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України, Україна, Наказ №1565 МОН України від 19.12.2016 р., термін дії до 01 липня 2024 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	01 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
<p>Формування сучасної системи професійних знань та набуття практичних навичок з метою їх застосування у профільній, педагогічній і дослідній діяльності для ефективного вирішення управлінських завдань на різних ієрархічних рівнях у сфері трейд-маркетингу. Трейд-маркетолог опановує оперативні економічні, творчі, комерційні та організаційно-технологічні процеси, які пов'язані з ключовими напрямками трейд-маркетингу підприємства торгівлі та детермінує, коригує і реалізує стратегічні вектори його розвитку на базі релевантного інструментарію та маркетингових технологій.</p>	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> 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.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p>

	<p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, прикладна. Програма складається з дисциплін професійної та практичної підготовки.
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна освіта у сфері маркетингу. Формування фахової компетентності щодо вміння управляти маркетинговою діяльністю підприємства торгівлі у контексті динамічних змін зовнішнього середовища. Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетинговий аналіз, стратегічний маркетинг, маркетинг менеджмент.
Особливості програми	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері трейд-маркетингу; практична підготовка на підприємствах торгівлі, що здійснюють маркетингову діяльність.

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання

Придатність до працевлаштування	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: генеральний менеджер (управитель); голова кооперативу (товариства, колективної ферми та ін.); голова ради директорів; головний адміністратор (на комерційних підприємствах); головний консультант; директор (керівник) малого підприємства (транспортного, складського); директор (керівник) малої торговельної фірми; директор (начальник, інший керівник) підприємства; директор департаменту; директор комерційний; директор представництва; директор філіалу; директор з маркетингу; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу; консультант з маркетингу; економіст із збуту; завідувач підприємства роздрібною торгівлі; завідувач ринку; завідувач відділу (самостійного); завідувач відділу (у складі управління); завідувач відділу (центральні органи державної влади); завідувач відділу (місцеві органи державної влади); заступник директора департаменту – начальник відділу; керівник (директор, начальник та ін.) департаменту; керуючий магазином; консультант з ефективності підприємництва; менеджер (управитель) в оптовій торгівлі; менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами; менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами; менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими товарами та їх ремонті; менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами; менеджер (управитель) в торгівлі транспортними засобами; менеджер (управитель) з адміністративної діяльності.
--	--

Подальше навчання	Подальше навчання – здобуття третього рівня вищої освіти і отримання освітньо-наукового ступеня доктора філософії.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Проблемно-орієнтоване та лекційно-практичне навчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Оволодіння методологією наукової роботи, навичками презентації її результатів рідною і іноземною мовами. Проведення самостійного наукового дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів. Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання інтерактивно-пізнавального характеру, навчання через практичну підготовку, навчання через проведення ділових ігор та застосування кейс-стаді, компетентнісний підхід у побудові та реалізації навчальних програм.
Оцінювання	Поточний контроль (тестування, есе, презентації, індивідуальні завдання, ситуаційні завдання, бізнес-кейси, ділові ігри), письмові екзамени, практика. Публічний захист випускної кваліфікаційної роботи. Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів у ДТЕУ», «Положення про організацію освітнього процесу студентів».
6 - Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері <i>трейд</i> -маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

	<p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<p>Міждисциплінарні компетентності</p>	<p><i>МДК1. Здатність обґрунтовувати та приймати при формуванні маркетингової стратегії і тактики релевантні управлінські рішення.</i></p> <p><i>МДК2. Здатність розробляти, планувати, моніторити, контролювати і своєчасно коригувати маркетингові активності для стимулювання товаропровідної мережі (дистриб'юторів, дилерів, роздрібних торговельних мереж).</i></p> <p><i>МДК3. Здатність проводити сторчеки продукції, ідентифікувати відповідні загрози і ризики, а також генерувати та впроваджувати дієві маркетингові рішення у рамках нівелювання і/або ліквідації цих загроз та ризиків.</i></p> <p><i>МДК4. Здатність розробляти програму бренд-трекінгу для своєчасної трансформації системи бренд-маркетингових комунікацій та посилення лояльності клієнтів до бренду на фоні перманентних контекстуальних змін.</i></p> <p><i>МДК5. Здатність обґрунтовувати, розробляти, адаптовувати й імплементувати трейд-маркетингові стратегії та трейд-маркетингові бюджети.</i></p>
<p>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<p>P1. Знати та вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p>

	<p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>
<p>Міждисциплінарні програмні результати навчання</p>	<p><i>МДР1. Обґрунтовувати та приймати при формуванні маркетингової стратегії і тактики релевантні управлінські рішення.</i></p> <p><i>МДР2. Вміти розробляти, планувати, моніторити, контролювати і своєчасно коригувати маркетингові активності для стимулювання товаропровідної мережі (дистриб'юторів, дилерів, роздрібних торговельних мереж).</i></p> <p><i>МДР3. Вміти проводити сторчеки продукції, ідентифікувати відповідні загрози і ризики, а також генерувати та впроваджувати дієві маркетингові рішення у рамках нівелювання і/або ліквідації цих загроз та ризиків.</i></p> <p><i>МДР4. Вміти розробляти програму бренд-трекінгу для своєчасної трансформації системи бренд-маркетингових комунікацій та посилення лояльності клієнтів до бренду на фоні перманентних контекстуальних змін.</i></p> <p><i>МДР5. Вміти обґрунтовувати, розробляти, адаптовувати й імплементувати трейд-маркетингові стратегії та трейд-маркетингові бюджети.</i></p>

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку магістрів зі спеціалізації «Трейд-маркетинг» є кафедра маркетингу ДТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності закладів освіти.</p> <p>100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені за спеціальністю і відзначаються високим рівнем професійної підготовки. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.</p> <p>Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метри на одну особу.</p> <p>40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням.</p> <p>Інфраструктура ДТЕУ: бібліотеки, в т. ч. читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.</p>
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<p>У ДТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності.</p> <p>Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю.</p> <p>Є офіційний веб-сайт ДТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/ видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://knute.edu.ua</p> <p>Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку. У Лабораторії дистанційного навчання ДТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://ldn.knute.edu.ua</p>

9 – Академічна мобільність

Національна кредитна мобільність	Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	ДТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з: 1. Університет Парі Ест Кретей (м. Париж, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Міжнародний магістр з бізнес-менеджменту. 2. Бізнес-школа «Ауденсія» (м. Нант, Франція). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка, менеджмент та бізнес-адміністрування. Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою викладання. 3. Університет Хоенхайм (м. Штутгарт, Німеччина). Освітній ступінь: магістр. Спеціальність: Економіка та бізнес-адміністрування. Для науково-педагогічного персоналу: мобільність з метою стажування.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української мови в обсязі 6 кредитів ЄКТС, що додатково передбачені навчальним планом.

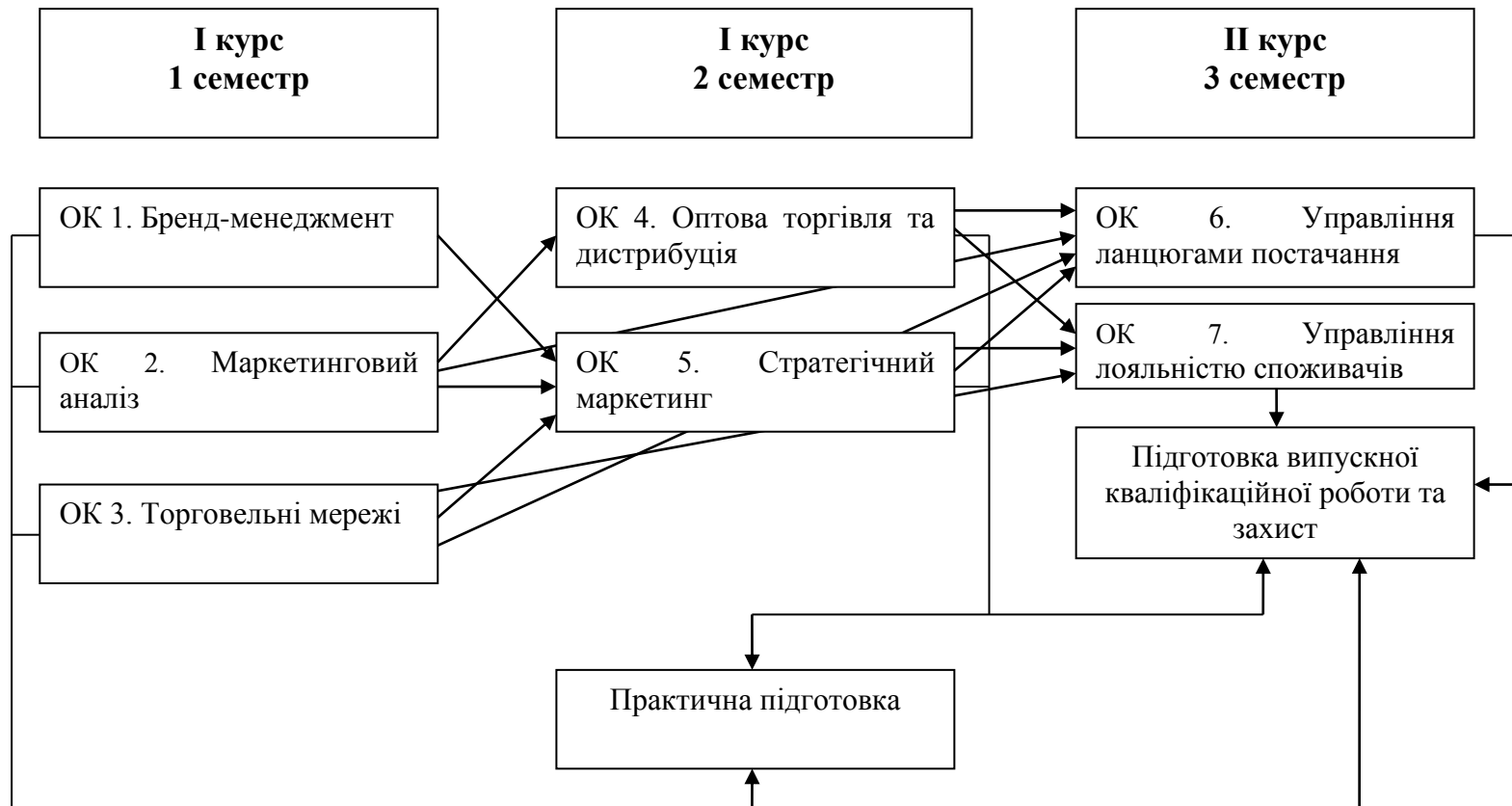
2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
ОК 1	Бренд-менеджмент	6
ОК 2	Маркетинговий аналіз	6
ОК 3	Торговельні мережі	6
ОК 4	Оптова торгівля та дистрибуція	7,5
ОК 5	Стратегічний маркетинг	7,5
ОК 6	Управління ланцюгами постачання	6
ОК 7	Управління лояльністю споживачів	6
Загальний обсяг обов'язкових компонент		45
Вибіркові компоненти ОП		
ВК 1	Агромаркетинг	6
ВК 2	Безпека життя	6
ВК 3	Інтернет-маркетинг	6
ВК 4	Інформаційні війни	6
ВК 5	Категорійний менеджмент	6
ВК 6	Комерційна логістика	6
ВК 7	Консьюмерське право	6
ВК 8	Логістичний менеджмент	6
ВК 9	Міжнародна торгівля	6
ВК 10	Основи кібербезпеки	6
ВК 11	Психологія управління	6
ВК 12	Ризики в маркетингу	6
ВК 13	Системи джерел торговельно-економічної інформації	6
ВК 14	Управління бізнес процесами в торгівлі	6
Загальний обсяг вибіркових компонент:		24
Практична підготовка		
	Практична підготовка	9
Атестація		
	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи та захист	12
ЗГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту випускної кваліфікаційної роботи.

Випускна кваліфікаційна робота має передбачити розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Випускна кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

Випускна кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення випускної кваліфікаційної роботи, що містить інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти \ Компетентності	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
ЗК1	+	+	+	+	+	+	
ЗК2	+		+	+	+	+	+
ЗК3		+		+	+	+	
ЗК4	+		+	+	+		+
ЗК5			+	+		+	+
ЗК6		+	+	+			
ЗК7	+		+	+	+	+	+
ЗК8	+				+		
СК1		+				+	+
СК2			+	+	+		
СК3		+			+	+	+
СК4	+		+	+	+	+	+
СК5		+			+		
СК6	+	+	+	+		+	+
СК7		+			+	+	+
СК8	+	+			+		
СК9		+			+	+	+
МДК1	+	+		+	+	+	+
МДК2	+	+	+	+	+	+	+
МДК3		+			+		+
МДК4	+		+	+			+
МДК5	+	+			+	+	

4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей вибірковим компонентам освітньої програми

Компоненти Компетентності	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13	ВК 14
ЗК1	+		+		+	+	+	+	+		+	+	+	+
ЗК2			+	+	+	+	+	+					+	
ЗК3						+	+	+	+	+		+		+
ЗК4		+	+	+					+		+	+	+	+
ЗК5		+	+	+	+					+	+			
ЗК6	+			+			+	+		+		+	+	+
ЗК7	+		+	+	+	+		+	+			+	+	+
ЗК8	+					+		+			+			
СК1	+		+	+						+		+		
СК2	+		+										+	
СК3						+					+		+	
СК4			+		+	+	+	+	+		+		+	+
СК5	+	+		+						+		+		
СК6	+	+						+			+			+
СК7				+								+		
СК8	+		+									+		
СК9			+							+				
<i>МДК 1</i>	+		+		+	+	+	+	+			+		+
<i>МДК 2</i>	+	+	+					+		+		+		
<i>МДК 3</i>		+	+	+					+	+	+			+
<i>МДК 4</i>			+							+		+		
<i>МДК 5</i>	+		+	+				+						+

5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми

Програмні результати навчання	Компоненти						
	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7
P1	+				+	+	+
P2	+	+			+	+	
P3		+	+	+	+		
P4	+		+	+	+	+	+
P5	+		+	+		+	
P6	+				+	+	
P7			+	+	+	+	
P8	+		+	+		+	+
P9		+			+	+	+
P10	+				+	+	
P11		+	+	+	+	+	
P12		+			+	+	+
P13			+	+	+		
P14	+		+	+		+	+
P15		+			+	+	+
<i>МДР 1</i>	+	+		+	+	+	+
<i>МДР 2</i>	+	+	+	+	+	+	+
<i>МДР 3</i>		+			+		+
<i>МДР 4</i>	+		+	+			+
<i>МДР 5</i>	+	+			+	+	

5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибічковими компонентами освітньої програми

Програмні результати навчання	Компоненти													
	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5	ВК 6	ВК 7	ВК 8	ВК 9	ВК 10	ВК 11	ВК 12	ВК 13	ВК 14
P1	+		+	+		+		+				+		+
P2	+		+						+				+	
P3										+		+		
P4			+	+		+		+						
P5				+										+
P6	+		+						+					
P7	+		+					+				+		
P8		+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+
P9			+		+	+		+				+		
P10			+				+	+			+	+	+	
P11	+									+		+		
P12			+							+		+		
P13	+								+		+			
P14		+	+	+										+
P15						+	+	+	+	+		+	+	+
<i>МДР 1</i>	+		+		+	+		+	+			+	+	+
<i>МДР 2</i>	+	+	+			+				+				+
<i>МДР 3</i>	+	+	+	+						+	+	+		
<i>МДР 4</i>	+		+				+		+	+				+
<i>МДР 5</i>	+		+	+		+	+	+						

