

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС»/  
«ADVERTISING BUSINESS»**

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

**Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр  
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 ДТЕУ**

**Погоджено**

Перший проректор з науково-педагогічної роботи ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Наталія Притульська  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Начальник навчального відділу ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Сергій Камінський  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Декан факультету торгівлі та маркетингу ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Віктор Осика  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Керівник групи забезпечення спеціальності ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Олена Бондаренко  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Директор з маркетингу ТОВ «Студія реклами «Партизан»

\_\_\_\_\_ Микола Жичук  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Засновник ПП «Фабрика Рішень «Червоні Вітрила»

\_\_\_\_\_ Наталія Юдіна  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Проректор з наукової роботи ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Світлана Мельниченко  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Начальник навчально-методичного відділу ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Тетяна Божко  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Завідувач кафедри маркетингу ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Олена Бондаренко  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Гарант освітньої програми ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Тетяна Черниш  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою (PR Manager) ДП «ССМ», департамент MSL

\_\_\_\_\_ Дар'я Ляшенко  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

**Погоджено**

Голова РСС факультету торгівлі та маркетингу

\_\_\_\_\_ Діана Гохберг  
\_\_\_\_\_ 20\_\_р.

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Бондаренко Олена Сергіївна, професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, керівник групи забезпечення спеціальності «Маркетинг».
2. Черниш Тетяна Олександрівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент, керівник робочої групи, гарант освітньої програми «Рекламний бізнес».
3. Данилова Людмила Леонідівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент.
4. Кулаженко Володимир Валерійович, доцент кафедри цифрової економіки та системного аналізу, кандидат економічних наук.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Жичук Микола – Директор з маркетингу ТОВ «Студія реклами «Партизан»
2. Ляшенко Дар'я – Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою (PR Manager) ДП «ССМ», департамент MSL, (бренд: агентство PR та інтегрованих комунікацій MSL Ukraine)
3. Юдіна Наталя – Засновник ПП «Фабрика Рішень «Червоні Вітрила»

# 1. Профіль освітньої програми «Рекламний бізнес» (зі спеціальності 075 «Маркетинг»)

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва ЗВО та структурного підрозділу</b>	Державний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг»
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Рекламний бізнес»
<b>Відповідність стандарту вищої освіти МОН України</b>	Відповідає СВО МОН України
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
<b>Наявність акредитації</b>	Сертифікат про акредитацію, виданий Міністерством освіти і науки України, Україна, наказ МОН України від 19.12.2016 р. № 1565, термін дії до 01 липня 2026 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність повної загальної середньої освіти
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	01 липня 2026 р.
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://knute.edu.ua">https://knute.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Формування системи професійних знань і практичних навичок, необхідних для ефективного вирішення завдань маркетингової діяльності та забезпечення роботи підприємств рекламної галузі. Маркетолог досліджує ринок, його кон'юнктуру, потреби та попит, формує товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику рекламного підприємства на засадах маркетингу та забезпечує його конкурентне положення на ринку реклами.	
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</li> <li>• <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <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</li> </ul>

	<p>та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Методи, методики та технології</i>: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li> <li>• <i>Інструменти та обладнання</i>: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li> </ul>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна. Програма складається з дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, професійної та практичної підготовки.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Формування фахової компетентності щодо вміння здійснювати маркетингову діяльність на підприємстві рекламної галузі. Ключові слова: реклама, рекламний бізнес, економіка рекламного підприємства, менеджмент рекламної галузі та рекламного підприємства, маркетингова стратегія, маркетингове планування, медіа планування, рекламний креатив, рекламні стратегії, копірайтинг, товарна та цінова політика.
<b>Особливості програми</b>	Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері маркетингу; 2-х місячна практична підготовка протягом навчання на підприємствах рекламної галузі, підсумкове проектування.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: помічника керівника підприємства (установи, організації); організатора з постачання; організатора зі збуту; агента комерційного; агента торговельного; агента рекламного; представника з реклами; торговця (обслуговування бізнесу та реклами), менеджера проектів рекламної галузі, спеціаліста з реклами комерційного підприємства, помічника керівника рекламного підприємства, дослідника-аналітика підприємства галузі маркетингових досліджень, копірайтера.
<b>Подальше навчання</b>	Можливість навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Викладання на засадах проблемно-орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик для розвитку здібностей та мотивацію зацікавленості студентів у вивченні дисциплін професійного циклу.
<b>Оцінювання</b>	Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів та аспірантів у ДТЕУ», «Положення про організацію освітнього процесу студентів» та передбачає: поточний контроль, письмові екзамени, захист курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт, атестаційний екзамен та атестація.

<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	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.
<b>Загальні компетентності</b>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p>

	<p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p><i>СК15. Здатність створювати високоякісний рекламний продукт на основі маркетингових стратегій клієнта.</i></p> <p><i>СК16. Здатність розроблення заходів запобігання кризових ситуацій на підприємствах рекламної галузі.</i></p> <p><i>СК17. Здатність використовувати інформаційно-комунікаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства рекламної галузі;</i></p> <p><i>СК18. Здатність розробки та реалізації планів та стратегій розвитку підприємства рекламної галузі.</i></p> <p><i>СК19. Здатність формувати товарну, цінову, збутову та комунікаційну політику підприємства рекламної галузі на засадах маркетингу</i></p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p>

P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

P15. 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.

P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

*P19. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.*

*P20. Розроблювати рекламні звернення та рекламні матеріали.*

*P21. Розвивати дистриб'юторської мережі; розроблювати стратегій диференційованої взаємодії з клієнтами компанії через дистриб'юторів і дилерів на ринку, використовувати ефективні методи збільшення обсягів продажу товарів, послуг.*

*P22. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові метрики, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.*

*P23. Формувати програму зв'язків з громадськістю*



<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Фахівці, що здійснюють підготовку бакалаврів за освітньою програмою «Рекламний бізнес» мають підготовку в галузях економіки, управління, комунікації та/або суттєвий практичний досвід у названих галузях. 100 % викладачів, які забезпечують навчальний процес, мають науковий ступінь та/або вчене звання. З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метрів на одну особу. 40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням. Інфраструктура ДТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Забезпечено доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти) У відкритому доступі - 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): <a href="http://ldn.knute.edu.ua">http://ldn.knute.edu.ua</a> У Відділі супроводу дистанційного навчання ДТЕУ викладено основні навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану зі спеціальності.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Національна кредитна мобільність здійснюється відповідно до укладених договорів про академічну мобільність.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Міжнародна кредитна мобільність реалізується за рахунок укладання договорів про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+), про подвійне дипломування, про тривалі міжнародні проекти, які передбачають навчання студентів, видачу подвійного диплому тощо
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Умови та особливості освітньої програми в контексті навчання іноземних громадян: знання української мови на рівні не нижче B1.

## 2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОП

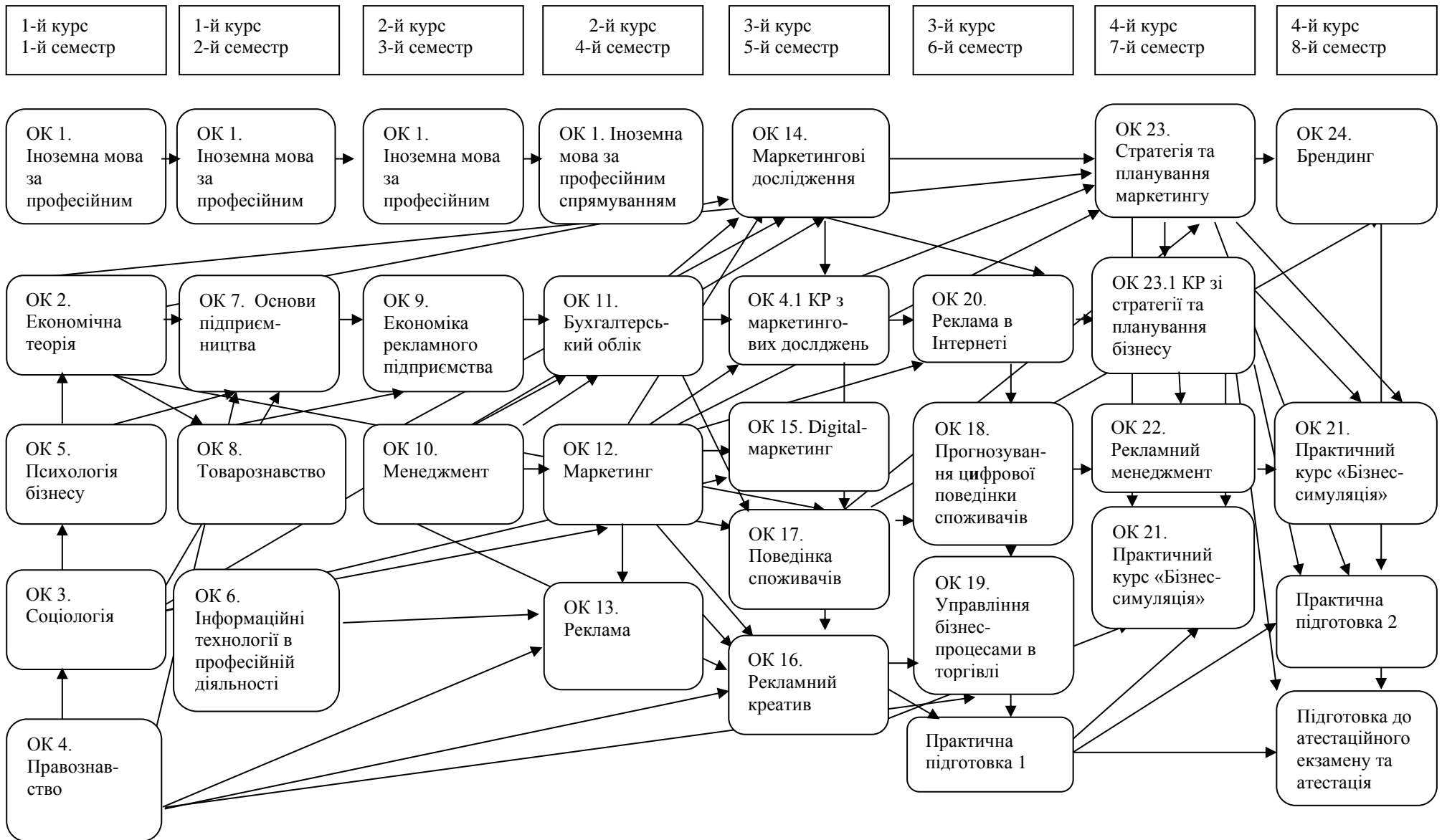
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзаме́н, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>		
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24

ОК 2	Економічна теорія	6
ОК 3	Соціологія	6
ОК 4	Правознавство	6
ОК 5	Психологія бізнесу	6
ОК 6	Інформаційні технології в професійній діяльності	6
ОК 7	Основи підприємництва	6
ОК 8	Товарознавство	6
ОК 9	Економіка рекламного підприємства	6
ОК 10	Менеджмент	6
ОК 11	Бухгалтерський облік	6
ОК 12	Маркетинг	6
ОК 13	Реклама	6
ОК 14	Маркетингові дослідження	6
ОК 14.1	КР з маркетингових досліджень	
ОК 15	Digital-маркетинг	6
ОК 16	Рекламний креатив	6
ОК 17	Поведінка споживачів	6
ОК 18	Прогнозування цифрової поведінки споживачів	6
ОК 19	Управління бізнес-процесами в торгівлі	9
ОК 20	Реклама в Інтернеті	6
ОК 21	Практичний курс «Бізнес-симуляція»	9
ОК 22	Рекламний менеджмент	6
ОК 23	Стратегія та планування маркетингу	6
ОК 23.1	КР зі стратегії та планування маркетингу	
ОК 24	Брендинг	6
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>180</b>
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>		
ВК 1	Безпека життя	6
ВК 2	Дизайн в рекламі	6
ВК 3	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6
ВК 4	Ділові переговори	6
ВК 5	Екологія	6
ВК 6	Електронна торгівля	6
ВК 7	Захист прав споживачів	6
ВК 8	Івент-маркетинг	6
ВК 9	Іміджологія	6
ВК 10	Інформаційні війни	6
ВК 11	Інформаційні системи в ритейлі	6
ВК 12	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6
ВК 13	Комп'ютерна графіка в рекламі	6
ВК 14	Копірайтинг	6
ВК 15	Маркетингові комунікації	6
ВК 16	Медіапланування	6
ВК 17	Організація торгівлі	6
ВК 18	Основи кібербезпеки	6
ВК 19	Організація роботи рекламного та PR-агентства	6
ВК 20	Психологія реклами	6
ВК 21	Релігієзнавство	6
ВК 22	Соціальна відповідальність бізнесу	6
ВК 23	Соціальне лідерство	6

ВК 24	Статистика	6
ВК 25	Товарна та цінова політика в рекламному бізнесі	6
ВК 26	Товарознавство. Антикваріат	6
ВК 27	Товарознавство. Квіти	6
ВК 28	Товарознавство. Паливно-мастильні матеріали	6
ВК 29	Товарознавство. Транспортні засоби	6
ВК 30	Товарознавство. Цивільна зброя	6
ВК 31	Торговельний маркетинг	6
ВК 32	Торговельне обладнання	6
ВК 33	Управління продажем та мерчандайзинг	6
ВК 34	Філософія	6
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>60</b>
<b>Практична підготовка</b>		
Практична підготовка 1		3
Практична підготовка 2		6
<b>Разом</b>		<b>9</b>
<b>Атестація</b>		
Підготовка до атестаційного екзамену та атестація		3
<b>Разом</b>		<b>3</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

## 2.2. Структурно-логічна схема ОП



### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти України та відповідною освітньо-професійною програмою.

#### 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	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 14.1	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 23.1	ОК 24
ЗК1	+									+													+	+		
ЗК2	+		+		+			+	+							+	+	+			+					
ЗК3		+	+	+		+		+	+		+		+						+				+			
ЗК4	+	+	+		+	+				+			+			+						+				+
ЗК5					+		+					+				+					+		+			
ЗК6							+		+	+		+		+			+	+			+	+	+	+		+
ЗК7	+			+											+		+						+		+	
ЗК8					+								+					+							+	+
ЗК9		+									+		+		+							+		+		+
ЗК10	+																	+								
ЗК11							+							+	+		+						+			
ЗК12	+				+		+			+		+				+								+	+	
ЗК13	+		+		+																			+		
ЗК14					+																		+	+		
СК1										+		+					+	+			+		+			
СК2		+								+	+		+		+								+		+	
СК3										+	+					+		+								
СК4										+	+		+		+		+	+			+			+	+	
СК5										+		+		+	+		+	+			+		+	+	+	
СК6	+									+	+		+													
СК7														+	+						+		+	+	+	+
СК8													+								+		+	+	+	+
СК9		+															+						+			
СК10		+								+	+		+								+		+			+
СК11		+		+		+	+			+						+					+			+		
СК12						+	+			+			+	+			+	+					+		+	
СК13	+	+			+													+				+		+		
СК14		+		+			+		+				+	+				+							+	
СК15																	+	+			+			+		
СК16								+													+			+		+
СК17													+								+	+		+		+
СК18								+		+			+										+	+		
СК19					+		+				+			+							+			+	+	+

## 4.2. Матриця відповідності програмних компетентностей вибірковим компонентам освітньої програми

Компоненти Компетентності	Компоненти																																				
	БК 1	БК 2	БК 3	БК 4	БК 5	БК 6	БК 7	БК 8	БК 9	БК 10	БК 11	БК 12	БК 13	БК 14	БК 15	БК 16	БК 17	БК 18	БК 19	БК 20	БК 21	БК 22	БК 23	БК 24	БК 25	БК 26	БК 27	БК 28	БК 29	БК 30	БК 31	БК 32	БК 33	БК 34			
ЗК1	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+			+	+	+		+					+						+		
ЗК2	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+			+				+	+	+		+					+							
ЗК3	+															+										+											
ЗК4							+											+			+														+		
ЗК5								+												+		+					+										
ЗК6													+	+						+		+	+							+			+	+			
ЗК7	+	+										+							+			+	+						+				+	+		+	
ЗК8							+									+		+		+		+				+							+			+	
ЗК9										+						+		+					+				+										
ЗК10											+													+												+	
ЗК11													+	+					+	+	+	+							+						+		
ЗК12							+	+	+		+	+			+		+				+	+	+		+	+		+	+				+	+		+	
ЗК13							+	+	+		+	+												+			+							+		+	
ЗК14	+	+	+		+	+	+					+							+		+	+								+							
СК1																																+		+			
СК2							+									+																					
СК3				+																		+				+											
СК4																+											+										
СК5																						+		+									+	+			
СК6																					+	+					+										
СК7	+	+																		+		+					+	+		+	+	+	+			+	
СК8							+															+				+	+		+	+							
СК9																																					+
СК10											+					+				+				+									+				
СК11		+																					+	+											+		
СК12															+																						
СК13				+	+	+																					+		+								
СК14							+																														
СК15			+																																		
СК16															+			+		+	+			+		+		+					+				
СК17											+					+								+			+										
СК18																				+		+													+		
СК19							+							+			+		+	+		+		+		+		+	+		+		+		+		+

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

Компоненти Програмні результати навчання	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 14.1	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 23.1	OK 24
P1							+					+	+		+		+					+		+	+	
P2		+	+	+				+	+	+			+			+			+		+			+		
P3						+					+	+		+							+			+		
P4		+								+	+		+	+				+			+				+	
P5				+					+			+	+											+		
P6		+		+			+			+				+				+			+	+		+	+	
P7		+				+				+			+	+			+		+							
P8											+		+				+				+			+	+	
P9													+	+								+				
P10					+		+			+		+									+		+	+		
P11		+											+	+		+				+		+				
P12								+						+	+		+							+	+	+
P13							+							+	+									+	+	
P14							+		+						+						+			+	+	
P15	+		+		+			+																		
P16	+					+																				
P17	+		+						+										+			+				
P18					+				+		+									+			+			
P19		+								+			+	+							+			+		
P20																+	+		+			+				
P21				+								+											+	+		+
P22		+							+		+		+	+	+							+		+	+	
P23													+	+				+	+	+	+					



## 5.2. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними вибірковими компонентами освітньої програми

Компоненти Програмні результати навчання	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	ВК 15	ВК 16	ВК 17	ВК 18	ВК 19	ВК 20	ВК 21	ВК 22	ВК 23	ВК 24	ВК 25	ВК 26	ВК 27	ВК 28	ВК 29	ВК 30	ВК 31	ВК 32	ВК 33	ВК 34	
P1	+																												+						
P2																			+			+									+		+		
P3	+						+								+				+												+				
P4																				+					+			+							
P5																			+			+													
P6																						+													
P7										+					+			+				+			+	+		+					+		+
P8																+							+					+					+		
P9																						+													+
P10							+	+		+		+	+		+	+	+				+							+							
P11		+					+																						+			+			
P12														+		+																			+
P13							+	+													+								+						
P14								+					+								+							+							
P15	+	+	+		+	+				+		+	+															+							
P16	+						+										+																		+
P17									+	+										+															+
P18																			+					+					+			+			+
P19	+	+	+				+	+		+	+		+							+	+			+										+	
P20										+	+				+												+					+			
P21																			+			+			+						+		+		+
P22																			+				+						+			+			+
P23															+									+					+			+		+	+

