МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВАЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Введено в дію наказом ректора
НУ «Запорізька політехніка»
від 27.08.2025 р. №
Ректор

_____ Віктор ГРЕШТА

МАРКЕТИНГ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
другого (магістерського) рівня вищої освіти

галузь знань **07 Управління та адміністрування**

спеціальність **D5 Маркетинг**

кваліфікація **Магістр маркетингу**

Схвалено вченою радою
НУ «Запорізька політехніка»
(протокол №__ від _____ 2025 р.)

Голова вченої ради

_____ Володимир БАХРУШИН

Запоріжжя - 2025

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки магістрів маркетингу розроблена на основі стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. №960 «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти».

Посилання: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf

Розроблено робочою групою у складі:

1. ЛИФАР Владислава, д.е.н., професор, завідувач кафедри «Маркетинг та логістика», голова робочої групи

2. ЗЕРКАЛЬ Анастасія, д.е.н., доцент, професор кафедри «Маркетинг та логістика»

3. СОКОЛОВА Юлія, к.е.н., доцент, доцент кафедри «Маркетинг та логістика»

4. ЗОРЯ Дар'я, студентка групи ФЕУ-1114м освітньої програми «Маркетинг» кафедри «Маркетинг та логістика»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

- КАРДАШ І., директор Департаменту продажів ТОВ «Альбакор»;

- КРАЙНІЙ В., віце президент Запорізького обласного союзу промисловців та підприємців (роботодавців) «Потенціал»;

- ПЕРЕВОЗОВА І., завідувач кафедри підприємництва та маркетингу, професор, д.е.н., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

1. ОПИС ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МАРКЕТИНГ» ГАЛУЗІ ЗНАНЬ «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»

1.1 Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Національний університет «Запорізька політехніка», кафедра «Маркетинг та логістика»
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	магістр
Кваліфікація в дипломі	Освітній ступінь – магістр. Спеціальність – D5 «Маркетинг».
Рівень кваліфікації	другий (магістерський) рівень вищої освіти; за Національною рамкою кваліфікацій України –7 рівень; за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – Bachelor's degree (Second cycle); за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – Level 7
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Тип диплому	Диплом магістра, одиничний.
Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти, строк навчання	Обсяг освітньо-професійної програми магістра становить 90 кредитів ЄКТС, термін навчання – 1 рік 5 місяців.
Вимоги до осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Наявність ступеня бакалавра або диплома спеціаліста.
Наявність акредитації	ОПП акредитована. Сертифікат про акредитацію № 9802. Дійсний до 01.07.2030 р.
Мова(и) викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Сайт кафедри: https://zp.edu.ua/kafedra-marketyngu-ta-logistyky Каталог освітніх програм університету: https://catalogop.zp.edu.ua/
1.2 Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців, які володіють креативним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення складних завдань і проблем у сфері маркетингу та здійснення інноваційної професійної діяльності з використанням інструментів цифрового маркетингу, враховуючи тенденції розвитку ринку праці Південно-Східного регіону України, його галузеві та регіональні особливості, формуючи високоосвічений і національно свідомий людський потенціал, створюючи нові знання і технології в сфері маркетингу, забезпечуючи можливості та умови для розвитку особистості, проводячи прикладні маркетингові дослідження і консультації для інтелектуальної підтримки органів влади та самоврядування, підприємств, установ, організацій.	

1.3 Характеристика освітньої програми	
Предметна область (075 Маркетинг 07 Управління та адміністрування)	*Об'єкт вивчення:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. *Цілі навчання:* підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. *Теоретичний зміст предметної області:* суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування соціально-відповідальних 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 орієнтується на сучасні наукові дослідження в сфері маркетингу, враховує специфіку маркетингової діяльності підприємств в умовах цифровізації. Акцент робиться на здобутті знань з маркетингу, який передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти і кар'єрного зростання. Передбачено поглиблені фахові знання з розроблення та впровадження маркетингових стратегій, цифрового маркетингу, міжнародної маркетингової діяльності, управління маркетинговою та рекламною діяльністю, управління маркетинговими проєктами, методології прикладних досліджень у маркетингу.
Особливості програми	Програма враховує сучасні тенденції розвитку маркетингу, що визначаються поєднанням інструментів класичного маркетингу та цифрового маркетингу. Структура програми передбачає вивчення теорії і практики маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу, оволодіння інноваційними методами професійної діяльності. Безперервні зміни в сфері маркетингових інновацій, які орієнтуються на цифровізацію економіки та дослідження поведінки споживачів, вимагають постійної корекції навчальних планів і змісту навчальних дисциплін, тому склад вибіркових дисциплін освітньої програми періодично оновлюється, що дозволяє враховувати тенденції розвитку сфери інтернет-технологій в маркетингу.
1.4 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Магістр маркетингу може займати первинні посади згідно Національного класифікатора України. Класифікатор професій (ДК 003:2010): 1233 Керівники підрозділів маркетингу (директора з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу); директор комерційний; начальник комерційного відділу). 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу; 1476.1 Менеджер (управитель) з

	реклами. 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу. Консультант з маркетингу. Консультант з ефективності підприємництва. Рекламіст. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)
Академічні права випускників	Можливість продовжити освіту за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти. Можуть набувати додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Загальний стиль навчання – проблемно-орієнтований. Підходи до викладання та навчання: - інтенсивний характер навчання (усі заняття базуються на активному залученні слухачів до освітнього процесу через дискусії, розгляд проблемних ситуацій, засідання наукового студентського гуртка); - практична спрямованість (використовуються приклади та ситуаційні вправи з практики промислових і торговельних підприємств, які функціонують на українському та міжнародному ринках); - використання інноваційних технологій (можливість самостійної роботи студентів з використанням електронних підручників, використання мультимедійних технологій підчас лекційних та практичних занять). Лекційні заняття поєднуються з семінарськими і практичними заняттями, робочими зустрічами з фахівцями в галузі маркетингу, керівниками підприємств, презентаціями виконаних завдань. Практикується студентсько-центроване навчання, дистанційне навчання в системі Moodle, самонавчання. Самостійна робота на основі підручників та конспектів, електронних освітніх ресурсів, що розміщені в репозитарії і в бібліотеці НУ «Запорізька політехніка». Проведення консультацій викладачами
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 100-бальною шкалою або за двобальною шкалою (зараховано-незараховано). Форми контролю: поточний, рубіжний та підсумковий. Засоби оцінювання: тестування, опитування, контрольні роботи, письмові екзамени, заліки, звіт з переддипломної практики. Позитивними оцінками для всіх форм контролю є оцінки від 60 до 100 балів. Підсумкова атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
1.6 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)	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

	ЗК 8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
Спеціальні компетентності спеціальності (СК)	СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. СК 10. Здатність приймати соціально відповідальні маркетингові рішення та оцінювати їх. СК 11. Здатність демонструвати навички роботи з інструментами цифрового маркетингу в Інтернеті. СК 12. Здатність управляти маркетинговою та рекламною діяльністю з урахуванням галузевих та регіональних особливостей ринкового суб'єкта, а також його підрозділів. СК 13. Здатність спілкуватися іноземною мовою на професійному рівні.
1.7 – Програмні результати навчання	
РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. РН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	

РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
РН 16. Знати та розуміти важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення, вміти оцінювати соціальну відповідальність фахівців з маркетингу.
РН 17. Використовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу в контексті розвитку інтернет-технологій та приймати ефективні маркетингові рішення.
РН 18. Вміти забезпечувати управління маркетинговою та рекламною діяльністю з урахуванням галузевих та регіональних особливостей ринкового суб'єкта, а також його підрозділів.

1.8 Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньої програми мають науковий ступінь і/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують.
Матеріально-технічне забезпечення	У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу. Для проведення навчальних занять є два комп'ютерні класи на 20 посадкових місць з відкритим доступом до мережі Інтернет, навчальна аудиторія з інтерактивним обладнанням. До послуг студентів і викладачів є 6 читальних залів на 317 місць, абонемент та копіювальна техніка. В усіх аудиторіях університету є доступ відкритого Wi-Fi та до мережі Інтернет. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний веб-сайт http://www.zp.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в електронному інституційному репозитарії наукової бібліотеки НУ «Запорізька політехніка»: http://eir.zp.edu.ua/ Читальні зали бібліотеки забезпечені бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі інформаційні електронні ресурси наукової бібліотеки доступні через сайт університету: http://library.zp.edu.ua/ Вільний доступ через сайт НУ «Запорізька політехніка» до баз даних періодичних фахових наукових видань (в тому числі, англійською мовою) забезпечується участю бібліотеки університету у консорціуму ElibUkr.

	В процесі навчання використовуються сучасні прикладні (інформаційно-аналітичні) програми і програмні продукти: MS Project (MS Planner), Similarweb, Serpstat, Social Blade, Smartsender, Google Ads Editor, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. Додатки ChatGPT, Skype, Copilot для використання технологій штучного інтелекту. Додатково використовуються безкоштовні розширення для браузерів (Redirect Path, SEO META тощо). В університеті є безоплатний доступ до видань, що включені до міжнародних наукометричних баз даних Scopus та Web of Science.
1.9 Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Відповідно до укладених договорів НУ «Запорізька політехніка» з іншими ЗВО України. Національна кредитна мобільність регламентується Постановою КМУ №579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність» від 12.08.2015 р. та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademichnu_mobilnist.pdf). Передбачається законодавством та є доцільною, коли виникає необхідність вивчення (освоєння) студентами принципово нових дисциплін, які не викладаються у базовому закладі вищої освіти. Кожен здобувач вищої освіти має можливість проходити навчання у ЗВО-партнерах (окремі курси, навчання протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та кредитів навчання). Національна академічна мобільність здійснюється на підставі укладених договорів між НУ «Запорізька політехніка» та закладами вищої освіти України: Київський національний університет будівництва і архітектури (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/knuba.edu.ua/Dohovir_pro_orh_proh_vnutr_akadem_mob_zdob_vo.pdf), Національний університет «Львівська політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/lpnu.ua/Dohovir_pro_spivpratsiu.pdf), Державний університет «Житомирська політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/ztu.edu.ua /Dohovir_pro_spivpratsiu.pdf), Національний університет «Одеська політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/op.edu.ua/Uhoda_pro_partnerstvo_i_spivpratsiu.pdf), ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (https://zp.edu.ua/uploads/partnery/pstu.edu /Dohovir_pro_spivpratsiu.pdf).
Міжнародна кредитна мобільність	Міжнародна кредитна мобільність регламентується Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademichnu_mobilnist.pdf), а також на основі договорів про співпрацю (Agreements of Cooperation) між НУ «Запорізька політехніка» та закладами вищої освіти зарубіжних країн: Wroclaw University of Science and Technology (Польща), Університет Градец Кралове (Чехія), Університет Марії-Кюрі-Склодовської (Польща), Wyższa Szkoła Gospodarki w Bydgoszczy, Берлінський університет економіки і права (HWR Berlin), Міжнародна

	академія освіти та навчання у Німеччині (IAW Internationale Akademie) та ін. Зокрема, кредитна мобільність у рамках програми ЄС Еразмус+ на підставі Learning Agreements.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться відповідно до вимог чинного законодавства на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою. Положення про організацію набору та навчання (стажування) іноземців та осіб без громадянства в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/pol_pro_org_naboru_ta_navch_inozemtsiv.pdf)

2 ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ, ІХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік освітніх компонентів ОПП

Перелік компонентів освітньо-професійної програми підготовки здобувача вищої освіти ОС «магістр» за циклами підготовки спеціальності 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг»)

Код ОК	Освітні компоненти ОПП	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові освітні компоненти ОПП			
ОК 01	Соціальна відповідальність та сталий розвиток	3	екзамен
ОК 02	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 03	Управління проєктами	4	екзамен
ОК 04	Іноземна мова професійного спрямування	4	екзамен
ОК 05	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ОК 06	Рекламний менеджмент	4	залік
ОК 07	Цифровий маркетинг	5	екзамен
ОК 08	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК 09	Методологія прикладних досліджень у маркетингу	4	екзамен
ОК 10	Міжнародний маркетинг	4	екзамен
ОК 11	Переддипломна практика	9	д/з
ОК 12	Кваліфікаційна робота (дипломування)	18	атестація
Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонент:		**66**	
Вибіркові освітні компоненти ОПП (за вибором здобувача вищої освіти)			
Дисципліни з кафедрального та факультетського переліку для освітніх програм другого рівня вищої освіти		18	
Дисципліни із загальноуніверситетського переліку для освітніх програм другого рівня вищої освіти		6	
Загальний обсяг вибіркових освітніх компонентів		**24**	
Загальний обсяг ОПП		**90**	

2.2 Структурно-логічна схема освітньої програми

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») представлена у Додатку А. Схема показує освітні компоненти по семестрах: обов'язкові та вибіркові освітні компоненти з визначенням відповідної кількості кредитів та форми контролю по кожній.

3 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Випускна атестація проводиться на основі аналізу успішності навчання, оцінювання якості вирішення здобувачами вищої освіти завдань діяльності, що передбачені даною освітньо-професійною програмою, та рівня сформованих компетентностей, зазначених у розділі 1 пункт 6.

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи магістра.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної спеціалізованої задачі або практичної проблеми у сфері маркетингової діяльності, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов із застосуванням сучасних теорій та методів маркетингу. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена у репозитарії НУ «Запорізька політехніка». Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
Документ, що видається на основі успішного проходження атестації	НУ «Запорізька політехніка» на підставі рішення екзаменаційної комісії присуджує особі, яка продемонструвала відповідність результатів навчання вимогам ОПП «Маркетинг», освітній ступінь магістра та видає диплом магістра. Склад екзаменаційної комісії визначається наказом ректора НУ «Запорізька політехніка».

4 МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИПУСКНИКА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09	ОК10	ОК 11	ОК 12
ЗК 1	+		+		+		+	+	+	+		+
ЗК 2	+	+	+			+	+			+	+	+
ЗК 3	+							+		+		+
ЗК 4					+	+		+			+	+
ЗК 5	+			+	+	+		+			+	+
ЗК 6		+	+	+	+		+		+		+	+
ЗК 7								+				+
ЗК 8			+		+			+				+
СК 1		+	+			+	+		+	+		+
СК 2		+	+	+		+	+		+	+	+	+
СК 3		+	+	+			+		+		+	+
СК 4	+					+	+	+	+	+	+	+
СК 5		+			+		+	+	+	+	+	+
СК 6			+		+	+		+		+		+
СК 7		+	+		+		+	+		+		+
СК 8	+		+		+			+			+	+
СК 9		+				+	+		+	+	+	+
СК 10	+		+			+		+				+
СК 11							+				+	+
СК 12						+		+		+		+
СК 13				+			+					+

5 МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09	ОК 10	ОК 11	ОК 12
ПРН1						+	+		+	+	+	+
ПРН 2		+							+	+	+	+
ПРН 3		+							+		+	+
ПРН 4					+							+
ПРН 5		+		+							+	+
ПРН 6			+									+
ПРН 7	+							+				+
ПРН 8	+					+						+
ПРН 9							+		+	+		+
ПРН 10	+		+								+	+
ПРН 11					+							+
ПРН 12			+		+							+
ПРН 13								+		+		+
ПРН 14					+	+		+				+
ПРН 15		+	+				+				+	+
ПРН 16	+											+
ПРН 17							+					+
ПРН 18						+		+				+

6 МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Програмні результати навчання	Компетентності																			
	Загальні компетентності								Спеціальні компетентності											
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13
ПРН 1									+	+							+		+		
ПРН 2	+	+					+		+	+							+	+		+	
ПРН 3	+					+	+	+			+		+					+			
ПРН 4	+	+		+										+	+	+					
ПРН 5					+	+		+		+	+										+
ПРН 6	+							+	+	+				+		+				+	
ПРН 7		+	+				+					+	+	+		+				+	
ПРН 8		+			+							+									
ПРН 9	+								+			+		+		+			+		
ПРН 10	+	+												+	+	+		+		+	
ПРН 11						+							+	+	+	+					
ПРН 12	+							+					+		+	+					
ПРН 13	+		+										+	+	+	+				+	
ПРН 14				+	+									+		+				+	
ПРН 15						+				+	+		+		+				+		
ПРН 16	+		+													+		+			
ПРН 17						+											+		+		+
ПРН 18		+		+			+	+	+			+		+				+		+	

7 ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Освітньо-професійна програма розроблена на основі таких нормативних документів:

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

2. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України № 960 від 10 липня 2019 р.

3. Класифікатор професій ДК 003:2010. Класифікатор професій із змінами, затвердженими наказом Міністерства економіки України від 23.06.2023 № 6312.

4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. – http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п.

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.

6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р.

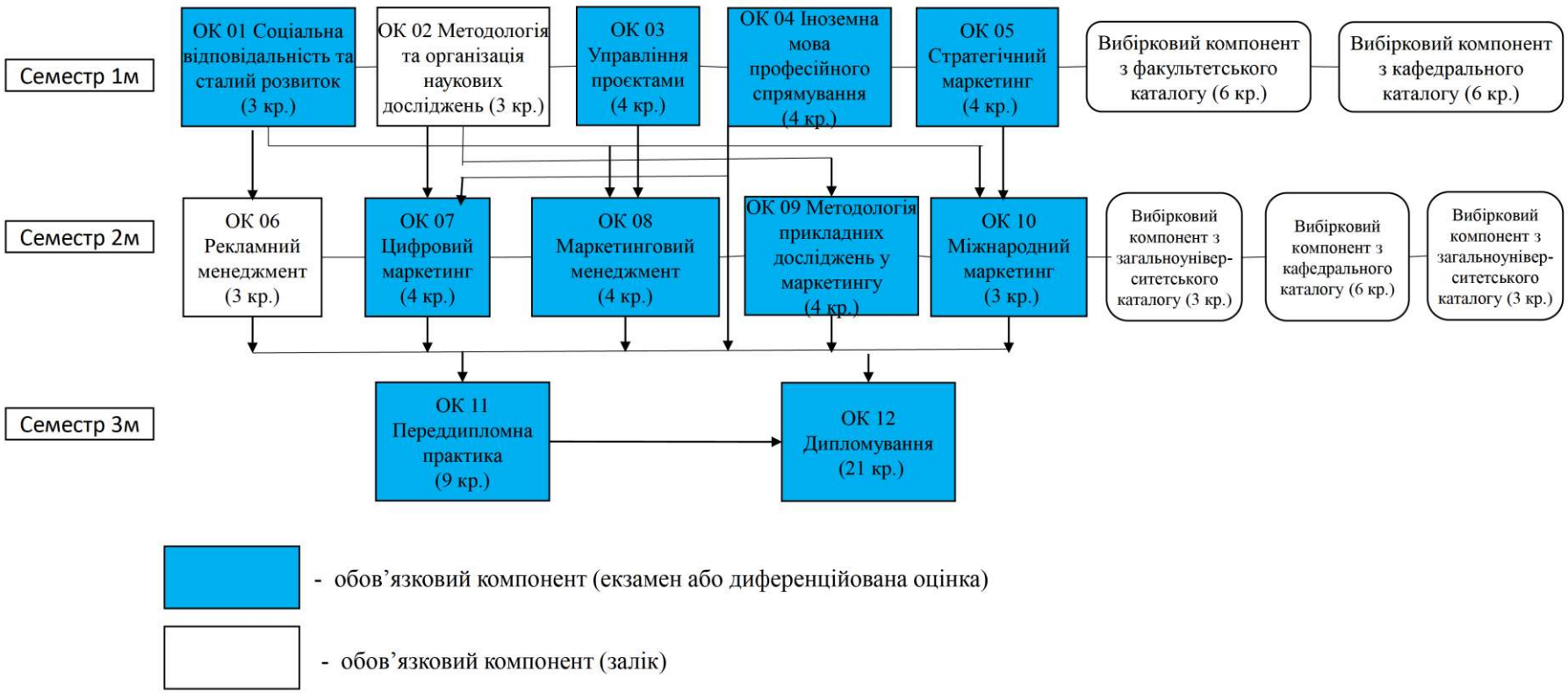
№ 600 (у редакції наказу №1254 від 01.10.2019) [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni- rekomendaciyi-vo

7. Стратегія розвитку Національного університету «Запорізька політехніка» на період 2023 - 2027 років., введена в дію наказом ректора №438 від 20.12. 2022 р. Режим доступу: https://zp.edu.ua/uploads/pubdocs/2022/Nakaz_N438_vid_20.12.2022.pdf

8. Порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Національного університету «Запорізька політехніка», введеного в дію наказом ректора №210 від 28.06.2022 р. Режим доступу: https://zp.edu.ua/uploads/dept_inter/Poriadok_realizatsiyi_prava_na_akademichnu_mobilnist.pdf

ДОДАТОК А

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА



- обов’язковий компонент (екзамен або диференційована оцінка)

- обов’язковий компонент (залік)