

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Введено в дію наказом ректора
НУ «Запорізька політехніка»
від _____ р. № ____

Ректор

_____ Віктор ГРЕШТА

МАРКЕТИНГ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

галузь знань 07 Управління та адміністрування

спеціальність 075 Маркетинг

кваліфікація Бакалавр маркетингу

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

Голова вченої ради

_____ Володимир БАХРУШИН

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки бакалаврів з маркетингу розроблено на основі стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343 «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr-1.pdf>

Розроблено робочою групою у складі:

1. СОКОЛОВА Юлія, к.е.н., доцент, доцент кафедри «Маркетинг та логістика», голова робочої групи
2. ЛИФАР Владислава, д.е.н., професор, завідувач кафедри «Маркетинг та логістика»
3. ПАВЛІШИНА Ніна, к.е.н., доцент, доцент кафедри «Маркетинг та логістика»
4. ОСТРІЧЕНКО Валерія, студентка групи ФЕУ-410 освітньої програми «Маркетинг» кафедри «Маркетинг та логістика»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів та аналітичний звіт щодо обговорення додаються.

**1. ОПИС ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ (ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ)
ПРОГРАМИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ» ГАЛУЗІ ЗНАНЬ
07 «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 (освітньо-наукової) програми	Маркетинг
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	бакалавр
Кваліфікація в дипломі	освітній ступінь – бакалавр. спеціальність – 075 «Маркетинг».
Рівень кваліфікації	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти; за Національною рамкою кваліфікацій України – 6 рівень; за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – Bachelor’s degree (First cycle); за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – Level 6
Освітня кваліфікація	бакалавр з маркетингу
Тип диплому	Диплом бакалавра, одиничний.
Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти, строк навчання	Обсяг освітньої програми: - на базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців; - на базі ступеня «молодший бакалавр» (ОКР «молодший спеціаліст»). Зклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» (не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС); - інших спеціальностей не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.
Вимоги до осіб, які можуть розпочати навчання за програмою	Наявність документу про повну загальну середню освіту; наявність диплому молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста)
Наявність акредитації	ОПП акредитована. Протокол № 116 від 28.05.2015 р. Сертифікат про акредитацію серія УД № 08011767. Дійсний до 01.07.2024 р.
Мова викладання	Українська
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	Сайт кафедри: https://zp.edu.ua/kafedra-marketyngu-ta-logistyky Каталог освітніх програм університету: https://zp2022.zp.edu.ua/CatOP/EduProgs.php
1.2 Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, які володіють сучасним креативним мисленням та здатні розв’язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері	

управління маркетинговою діяльністю підприємства різних галузей національного господарства, розробки маркетингових програм, дослідження ринків.

1.3 Характеристика освітньої програми

Предметна область	<p><i>Об'єкти 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 бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</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, методика 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	<p>Освітньо-професійна (для бакалавра). Академічна орієнтація.</p> <p>Освітня програма «Маркетинг» орієнтована на сучасні світові наукові підходи та методики в галузі викладання маркетингу. Здобувачі освіти виконують наукові проекти, беруть участь у конкурсах наукових робіт різних рівнів.</p> <p>Здобувачі освіти за освітньою програмою «Маркетинг» проходять загальноекономічну (6 семестр) та фахову (8 семестр) практики, що дає їм можливість набути професійних компетентностей. Також здобувачі освіти під керівництвом кураторів кафедри мають змогу брати участь в професійних змаганнях (кейс-чемпіонатах) від відомих компаній, роботодавців та інших організацій.</p>
Особливості програми	<p>Програма спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців, здатних вирішувати конкретні наукові та практичні завдання у сфері маркетингової діяльності. Практична підготовка на виробничих та торговельних підприємствах.</p>
1.4 Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Бакалавр маркетингу може займати первинні посади (за ДК 003:2010):</p> <ul style="list-style-type: none">3415. КомівояжерМерчендайзер3419. Організатор із збуту3429. Агент рекламнийПредставник з рекламиТорговець (обслуговування бізнесу та реклами)

Академічні права випускників	Право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5 Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання освітніх компонент в програмі побудовано за принципами студентсько-центрованого навчання, з використанням елементів самонавчання, проблемно-орієнтованого навчання, навчання через практику. Електронне навчання в системі Moodle. Викладання проводиться через комбінацію: лекції, мультимедійної лекції, інтерактивної лекції, семінарів, практичних занять, лабораторних робіт, модерації, ситуаційного навчання (кейс-методики), самостійного навчання на основі підручників та конспектів, консультації з викладачами.
Оцінювання	Форми контролю: усне та письмове опитування, тестування, звіти з загальноекономічної та фахової практики, контрольні роботи, курсові роботи. Підсумковий контроль: заліки, диференційовані заліки, іспити, атестація (комплексний кваліфікаційний екзамен), що оцінюється як за національною шкалою, так і за шкалою ECTS.
1.6 Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<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>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</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</p>

	<p>знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)ік	<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 кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність організовувати та здійснювати маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та інтернет-середовищі.</p>

1.7 Програмні результати навчання (РН)

ОПП містить результати навчання у відповідності до діючого Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»:

РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

- PH5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- PH6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- PH7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- PH8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- PH9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- PH10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- PH11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- PH12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- PH13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- PH14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- PH15. 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.
- PH16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- PH17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- PH18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
- PH19. Демонструвати навички роботи з інструментами інтернет-маркетингу.

1.8 Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Випускова кафедра маркетингу та логістики у складі: 1 д.е.н., професора; 1 д.е.н., доцент; 3 канд. екон. наук, доцентів; 2 ст. викладачів; професори і доценти інших кафедр університету, які забезпечують викладання дисциплін циклу загальної підготовки та дисциплін циклу професійної підготовки. До реалізації програми залучаються висококваліфіковані спеціалісти з досвідом роботи за фахом. З метою підвищення фахового рівня всі педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування (в тому числі міжнародне за кордоном).
Матеріально-технічне забезпечення	У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні класи, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу. До послуг студентів і викладачів є також читальний зал, абонемент. Є доступ до мережі Інтернет, функціонує безкоштовний Wi-Fi. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та	Офіційний веб-сайт http://www.zp.edu.ua містить інформацію

навчально-методичне забезпечення	<p>про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти.</p> <p>Матеріали навчально-методичного забезпечення освітньо-професійної програми викладені в репозитарії бібліотеки НУ «Запорізька політехніка»: http://eir.zp.edu.ua/.</p> <p>Читальний зал забезпечений доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайт університету: http://library.zp.edu.ua/.</p> <p>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. Навчально-методичні матеріали по дисциплінах наявні у системі дистанційного навчання Moodle.</p>
1.9 Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між НУ «Запорізька політехніка» та вищими навчальними закладами України.
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до укладених угод НУ «Запорізька політехніка» та Програми Еразмус+
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	<p>Навчання здійснюється державною мовою.</p> <p>Підготовка іноземних громадян за умови вивчення української мови та відповідно до вимог чинного законодавства.</p>

2. ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ, ЇХ ЛОГІЧНА ПОСЛІДОВНІСТЬ

2.1 Перелік освітніх компонентів ОПП/ОНП

Код о/к	Освітні компоненти ОПП/ОНП (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота тощо)	Кількість Кредитів ЄКТС	Форма підсумкової контролю
Обов'язкові освітні компоненти ОПП			
ОК 01.	Політекономія	6	екзамен
ОК 02.	Вища математика для економістів	5	екзамен
ОК 03.	Іноземна мова	6	екзамен
ОК 04.	Історія маркетингу	4	залік
ОК 05.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 06.	Інформаційні та комунікаційні технології	5	екзамен
ОК 07.	Філософія	3	залік
ОК 08.	Регіональна економіка	3	екзамен
ОК 09.	Теорія ймовірності і математична статистика	4	залік
ОК 10.	Основи наукознавства	3	залік
ОК 11.	Економіко-математичні моделі в економіці	4	екзамен
ОК 12.	Інтернет маркетинг	6	екзамен
ОК 13.	Історія українського державотворення	3	залік
ОК 14.	Політико-правова система України	3	залік
ОК 15.	Вступ до спеціальності	4	залік
ОК 16.	Мікроекономіка	5	екзамен
ОК 17.	Маркетинг	10	екзамен
ОК 18.	Фінанси	3	екзамен
ОК 19.	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 20.	Менеджмент	4	екзамен
ОК 21.	Загальноекономічна практика	4,5	диф.залік
ОК 22.	Логістика	5	екзамен
ОК 23.	Основи бухгалтерського обліку	4	екзамен
ОК 24.	Маркетингові дослідження	5	екзамен, КР
ОК 25.	Економіка підприємства	4	екзамен
ОК 26.	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 27.	Маркетингове ціноутворення	4	екзамен
ОК 28.	Товарна та цінова політика в маркетингу	3	КР
ОК 29.	Маркетинг послуг	4,5	залік
ОК 30.	Макроекономіка	5	екзамен
ОК 31.	Маркетинг промислового підприємства	4	екзамен
ОК 32.	Основи статистики	4	екзамен
ОК 33.	Маркетингові комунікації	4	екзамен
ОК 34.	Фахова практика	4,5	диф.залік
ОК 35.	Основи бізнесу	5	залік
ОК 36.	Інфраструктура товарного ринку	3,5	залік
ОК 37.	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОК 38.	Українська культура в європейському контексті	3	залік
ОК 39.	Комплексний кваліфікаційний екзамен з фаху	3	д/а

ОК 40.	Функціональний курс іноземної мови	3	залік
ОК 41.	Екологічний маркетинг	4	екзамен
ОК 42.	Здоров'я зберігаючі технології та співдія функціональному розвитку	3	залік
Загальний обсяг обов'язкових освітніх компонентів		177	
Вибіркові освітні компоненти ОПШ (за вибором здобувача вищої освіти)			
	Дисципліни з кафедрального та факультетського (галузевого) переліку для освітніх програм першого рівня вищої освіти	45	залік
	Дисципліни із загальноуніверситетського переліку для освітніх програм освітніх програм першого рівня вищої освіти	18	залік
Загальний обсяг вибіркового освітніх компонентів		63	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОПШ		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» (освітня програма «Маркетинг») представлена у Додатку А. Всі дисципліни розташовані у логічній послідовності для формування загальних і фахових компетентностей у здобувачів вищої освіти та отримання відповідних програмних результатів навчання.

3 ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену – комплексного кваліфікаційного екзамену з фаху (за обов'язковими дисциплінами, визначеними навчальним планом спеціальності та даною освітньо-професійною програмою підготовки бакалавра).

Комплексний кваліфікаційний екзамен з фаху проводиться наприкінці 8-го семестру і включає:

1) тестову перевірку знань, що передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та цією освітньо-професійною програмою. Для тестової перевірки виносяться дисципліни: «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетинг промислового підприємства».

2) письмове розв'язання задач з дисциплін «Маркетингові дослідження» та «Маркетингове ціноутворення», які формують фахівця, що дає змогу перевірити сформованість відповідних компетентностей.

Атестацію та присвоєння кваліфікації бакалавр маркетингу здійснює Екзаменаційна комісія, до складу якої можуть бути залучені представники роботодавців та їх об'єднань. Склад Екзаменаційної комісії визначається наказом ректора НУ «Запорізька політехніка».

НУ «Запорізька політехніка» на підставі рішення екзаменаційної комісії присуджує особі, яка продемонструвала відповідність результатів навчання вимогам ОПП «Маркетинг», освітній ступінь бакалавра та видає диплом бакалавра.

7 ПЕРЕЛІК НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

Освітня 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 першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затверджений наказом МОН України №1343 від 05 грудня 2018 р.
3. Класифікатор професій ДК 003:2010. Класифікатор професій із змінами, затвердженими наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 18 серпня 2020 року N 1574.
4. Національна рамка кваліфікацій. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Перелік галузей знань і спеціальностей. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд / [укладачі: Добко Т., Золотарьова І., Калашнікова С. та ін.]; за заг. ред. С.Калашнікової та В.Лугового. – К.: НВЦ «Пріоритети», 2015. – 84 с. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/Rozvitok_sisitemi_zabesp_yakosti_VO_UA_2015.pdf.
7. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації / В.М.Захарченко, В.І.Луговий, Ю.М.Рашкевич, Ж.В.Таланова; за ред. В.Г.Кременя. – К.: НВЦ «Пріоритети», 2014. – 120 с. – Режим доступу: http://ihed.org.ua/images/biblioteka/rozroblennya_osv_program_2014_tempus-office.pdf.
8. TUNING. Educational Structures in Europe (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) компетентностями та прикладами стандартів. – Режим доступу: <http://www.unideusto.org/tuningeu/>.

ДОДАТОК А

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА

