

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

05

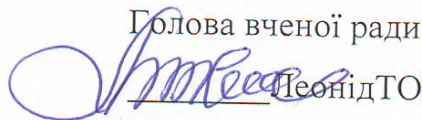
2023р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Другогорівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»

Голова вченої ради

 Теодор ТОВАЖНЯНСЬКИЙ

Протокол № 4 від «25» травня 2023р.

Харків 2023р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти

Другий (магістерський)

Галузь знань

07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність

075 «Маркетинг»

Кваліфікація

Магістрмаркетингу

СХВАЛЕНО

Робочою групою ОП зі спеціальності
«Маркетинг»

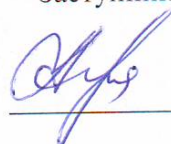
Гарант освітньої програми

 Олександра КОСЕНКО

« 25 » 05 2023 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХП»
Заступник головиметодичної ради

 Руслан МІГУЩЕНКО

« 25 » 05 2023 р.

ПОГОДЖЕНО

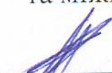
Завідувач кафедри маркетингу

 Діана РАЙКО

« 25 » 05 2023 р.

ПОГОДЖЕНО

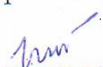
Директор навчально-наукового
інституту економіки, менеджменту
та міжнародного бізнесу

 Олександр МАНОЙЛЕНКО

« 25 » 05 2023 р.

ПОГОДЖЕНО

Здобувач вищої освіти
(член робочої групи), гр. БЕМ-М922а

 Олексій Шейн

« 25 » 05 2023 р.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Позитивні рецензії на освітню програму одержано від:

1. Альона ТАНАСІЙЧУК - д.е.н., проф. професорка кафедри маркетингу та реклами Вінницького торговельно-економічного інституту;
2. Олена ШЕІНА – фізична особа – підприємець;
3. Єлизавета СУШКО. – здобувачка другого рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг», гр. БЕМ-М922а.

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Подана на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблена науко-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

З урахуванням положень чинного стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня спеціальності 075 - «Маркетинг» сформовано перелік обов'язкових компонент програми, загальні та фахові компетентності здобувачів вищої освіти. Частка вибіркового компонент складає приблизно 30% у загальних обсягах навчальних кредитів. Цим досягається можливість формування здобувачами вищої освіти персональних освітніх траєкторій. Освітньо-професійна програма базується на положеннях Закону України «Про вищу освіту», зокрема тих, які визначають сутність освітньо-професійної програми, особливості другого (магістерського) рівня вищої освіти, компетентнісний підхід до організації навчання, та розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Навчальний план освітньо-професійної програми відповідає її цілям і завданням. Послідовність вивчення дисциплін, перелік і обсяг нормативних та вибіркового дисциплін, графік навчального процесу відповідає логічно-структурній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг». Результати, визначені освітньо-професійною програмою, повністю відповідають вимогам і запитам потенційних роботодавців. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблена кафедрою маркетингу Національного авіаційного університету є актуальною, повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам вищої школи, розроблена у відповідності до галузевих стандартів вищої освіти, забезпечує сучасну та якісну фахову підготовку магістрів маркетингу, повністю відповідає вимогам потенційних роботодавців (стейкхолдерів) до випускників спеціальності та може бути рекомендована для практичного використання

Рецензент:
Професорка кафедри
маркетингу та реклами
торговельно-економічного інституту
д.е.н., проф.



Особистий підпис
Альона ТАНАСІЙЧУК
ЗАСВІДЧУЮ

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

Одним з головних пріоритетів освітньої політики в Україні має бути узгодження змісту та структури вищої освіти з потребами ринку праці. Реалізація підходу, орієнтованого на компетентності здобувачів вищої освіти, визначає необхідність розробки освітньо-професійних програм згідно встановлених стандартом вищої освіти загальних та спеціальних (фахових) компетенцій.

Зміст освітньої програми має чітку структуру. Освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну, взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявлених цілей та програмних результатів навчання.

Програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами сукупністю маркетингових компетенцій; реалізується в активному дослідницькому середовищі, що стимулює аналітично-дослідницьку, інноваційну діяльність та апробацію їх результатів, зокрема шляхом проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.

Вцілому освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за формою та змістом відповідає діючим вимогам МОНУ та забезпечує якісну підготовку магістрів маркетингу

Рецензент:



Олена ШЕІНА

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму "Маркетинг"
підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 "Маркетинг"
у Національному технічному університеті
«Харківський політехнічний інститут»

Доцільність підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» визначається актуальними проблемами маркетингової діяльності підприємств в умовах турбулентного ринкового середовища, неналежного рівня сформованості інфраструктури ринку, активізації міжнародних інтеграційних процесів та посилення конкуренції.

Метою освітньо-професійної програми є формування висококваліфікованих професіоналів маркетингу, поглиблення професійних знань та навичок з управління стратегічною маркетинговою діяльністю, проведення наукових досліджень у сфері маркетингової діяльності, підготовка до здійснення керівних функцій у сфері маркетингу.

Освітньо-професійна програма спрямована на підготовку професіоналів, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних завдань маркетингової діяльності, що передбачають здійснення інновацій в умовах невизначеності умов зовнішнього середовища.

Не зважаючи на гарний та узгоджений між собою перелік дисциплін, що пропонуються для вивчення, варто рекомендувати розробникам програми надати можливість здобувачам вищої освіти вивчати питання, пов'язані з багатозадачністю, особливостями швидкого реагування на зміни задач. Тому, на наш погляд, до ОПП доцільно включити таку дисципліну як "Тайм-менеджмент".

Загалом є підстави вважати, що освітньо-професійна програма Маркетинг другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» є актуальною, відповідає вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОНУ за спеціальністю 075 Маркетинг та забезпечує якісну підготовку майбутніх магістрів маркетингу.

Здобувач другого рівня освіти
групи БЕМ-М922а



Елизавета СУШКО

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України 10.07.2019 р. № 960) робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» у складі:

Голова робочої групи (гарант програми) – Олександра КОСЕНКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХПІ».

Члени проектної групи:

1. Діана РАЙКО – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу.
2. Світлана ЧЕРНОБРОВКІНА – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.
3. Олена КІТЧЕНКО – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський), магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат НД № 2192127, термін дії до 01.07.2025 р.
Цикл / рівень програми	FQ-EHEA – другий цикл, QF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень
Передумови	Бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/magistr/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія, Інтернет-маркетинг.
Особливості програми	Програма є багатопрофільною та передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері формування та управління маркетинговою діяльністю на сучасних підприємствах та в організаціях. В структурі освітньої програми передбачено вибіркові пакети дисциплін поглибленої профільної підготовки, що сприяють засвоєнню теоретичних засад та формуванню практичних навичок здобувачів у різних сферах маркетингової діяльності: рекламному бізнесі, маркетинговому менеджменті, а також таких, що підвищать кількість Soft Skills

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010). 1233 Директор з маркетингу ; 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); 1237.1 Головні фахівці; 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу ; 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Експерт, рекламист, консультант, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за третім рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, кваліфікаційна робота, захист звіту з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Фахові компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	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.

	<p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <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>
7 – Програмні результати навчання	
<p>Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)</p>	<p>P1. Знати і 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 проєкти 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>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018)
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та вищими навчальними закладами України
Міжнародна кредитна мобільність	Академічна мобільність на основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та Мішкольцьким університетом (Угорщина), Університет Щецина (Польща), Університет Отто фон Герріке, Магдебург (Німеччина)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе після вивчення курсу української мови або англійською мовою

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код	Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
1.1 Загальна підготовка			
ЗП 1	Основи наукових досліджень	4,0	Залік
ЗП 2	Засоби аналізу даних	5,0	Залік
1.2 Професійна підготовка			
СП1	Стратегічний маркетинг	5,0	Іспит
СП2	Маркетинг відносин	5,0	Іспит
СП3	Бренд-менеджмент	4,0	Іспит
СП4	Комунікації та ведення переговорів	3,0	Залік
СП5	Управління інноваційним розвитком	4,0	Іспит
СП6	Проектний менеджмент у маркетингу	5,0	Іспит
СП 7	Переддипломна практика	15,0	Залік
СП 8	Атестація	15,0	Іспит
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
2.1 Дисципліни професійної підготовки за блоками			
ВП	Дисципліни	15,0	Залік
2.2 Дисципліни вільного вибору згідно переліку			
ВВП	Дисципліни	10,0	Залік
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ЗА ТЕРМІН ПІДГОТОВКИ		90.0	

3. РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА ГРУПАМИ КОМПОНЕНТІВ ТА ЦИКЛАМИ ПІДГОТОВКИ

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	2	3	4	5
1	Цикл загальної підготовки	9 / 14	- / -	9 / 10
2	Цикл професійної та практичної підготовки	56 / 86	25 / 100	81 / 90
Всього за весь термін навчання		65 / 72	25 / 28	90 / 100

4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВИТИ

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразку про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: «**Магістр маркетингу**».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

5. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1 семестр	2 семестр	3 семестр
ЗП1 Основи наукових досліджень (4кр)	СП6 Проектний менеджмент у маркетингу (5кр)	Переддипломна практика (15кр)
ЗП2 Засоби аналізу даних (5кр)	Дисципліна ВП 1 (5кр)	Атестація (15кр)
СП1 Стратегічний маркетинг (5кр)	Дисципліна ВП 2 (5кр)	
СП2 Маркетинг відносин (5кр)	Дисципліна ВП 3 (5кр)	
СП3 Бренд менеджмент (4кр)	Дисципліна ВВП 1 (5кр)	
СП4 Комунікації та ведення переговорів (3кр)	Дисципліна ВВП 2 (5кр)	
СП5 Управління інноваційним розвитком (4кр)		

Примітки:

Обов'язкові дисципліни загальної підготовки	Обов'язкові дисципліни фахової підготовки	Вибіркові дисципліни з профільованого пакету	Дисципліни вільного вибору студента профільної підготовки згідно переліку	Атестація та практична підготовка
----------------------------------------------------	--------------------------------------------------	-----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------

**6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ВИЗНАЧЕНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ,
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ ПІДГОТОВКИ**

Результати навчання	Компетентності																	
	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності									
	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	
P1									СП5	ЗП1 СП8								ЗП1 СП5
P2									ЗП2	СП8								ЗП2
P3	СП8					ЗП1					ЗП1 СП8							
P4	СП1	СП5		СП5											СП5	СП1		
P5						ЗП1 СП4 СП8			СП6		ЗП1 СП4	ЗП1 СП3						
P6									СП6						СП6		СП6	
P7		СП2	СП2															СП2
P8		СП3 СП4			СП3 СП4							СП3 СП4						
P9	СП3								СП2			СП3		СП3			СП2	
P10	СП3	СП2 СП3					СП1							СП3	СП8	СП2		
P11						ЗП2 СП1							СП1		СП1			
P12	СП1								СП6				СП1 СП6		СП1	СП6		
P13			СП5											СП5				
P14				СП1 СП2			СП2											СП2
P15						ЗП1 ЗП2					ЗП1 СП8	ЗП1 ЗП2						