

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Уманський національний університет садівництва

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

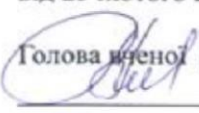
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішенням Вченої ради Уманського НУС
від 25 лютого 2019 р., протокол № 6

Голова вченої ради

 О.О. Непочатенко



Освітня програма введена в дію з 1 вересня 2019 р.
(наказ № 01-85/66 від 25 лютого 2019 р.)

Ректор

 О.О. Непочатенко

Умань 2019 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Вона заснована на компетентністному підході підготовки бакалаврів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітньо-професійну програму розроблено проектною групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

№ п/п	ПІБ	Посада	Науковий ступінь, вчене звання
НПП			
1.	Харенко Андрій Олександрович (керівник групи)	доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва	Кандидат економічних наук, доцент
2.	Пенькова Оксана Георгіївна	завідувач кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва	Доктор економічних наук, доцент
3.	Соковніна Діана Михайлівна	доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету садівництва	Кандидат економічних наук, доцент

Програма погоджена Вченою радою факультету економіки і підприємництва, схвалена Науково-методичною радою та затверджена Вченою радою Уманського національного Університету садівництва

1. Профіль освітньо-професійної програми бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Уманський національний університет садівництва Факультет економіки і підприємництва Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний ступінь 240 кредитів ЄКТС Термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію серія НД № 2494120 відповідно до рішення ДАК від 25 травня 2012 р. протокол № 96 (на підставі наказу МОН України від 19.12.2016 р. № 1556), (на підставі ОКР магістр, рішення ДАК 96 від 25 травня 2012р., наказ МОНмолодьспорт України від 01.06. 2012 № 2117л). Термін дії сертифіката – до 01.07.2022 р.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта / диплом молодшого спеціаліста / диплом молодшого бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	3 роки 10 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://ects.udau.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Програма, розроблена відповідно до місії та стратегії університету, спрямована на формування та розвиток професійних компетентностей в процесі підготовки фахівців, здатних до практичної реалізації отриманих знань у науці, виробництві та бізнесі, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними теоретичними знаннями і практичними навичками, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності, відповідають європейському рівню, стилю, якості освіти та результативності наукової діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	07 Управління та адміністрування. 075 Маркетинг. Цикл загальної підготовки: дисципліни гуманітарної – 9,1% та фундаментальної – 17,9% підготовки; цикл професійної підготовки – 38,5%; цикл дисциплін вільного вибору – 25,0%; цикл науково-дослідницької роботи і практики – 9,5%.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна. Програма орієнтується на сучасні професійні та наукові досягнення в галузі економічних дисциплін, враховує специфіку маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій різних форм власності, орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких здобувач визначає професійну та наукову кар'єру

Основний фокус освітньої програми	Загальна освіта за спеціальністю «Маркетинг», з метою підготовки фахівців, здатних розв'язувати типові та спеціальні задачі і проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання.
Особливості програми	Застосування в процесі навчання інтерактивних, комбінованих і проблемних лекцій із залученням фахівців та представників роботодавців, віртуальних бізнес-симуляторів, кейс-методів, тренінгів, семінарів, дискусій. Використання пакетів прикладних програм з організації, аналізу, планування та контролю маркетингової діяльності, що застосовуються сучасними підприємствами, установами та організаціями. Використання інноваційно-педагогічних технологій навчання на основі платформи дистанційного навчання Moodle Поглиблене вивчення іноземної мови для реалізації можливостей академічної мобільності та засвоєння закордонного досвіду маркетингової діяльності для подальшого працевлаштування. Академічний зміст програми, орієнтований на засвоєння програмного матеріалу фахових дисциплін, має чітку передбачає обов'язкове проходження навчальної та виробничої практики організаціях, установах та підприємствах різних форм власності.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Фахівець-маркетолог базового рівня здатний виконувати роботу в розрізі професійних груп та професійних назв робіт відповідно до Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010): 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі Завідувач підприємства роздрібною торгівлі Завідувач ринку Керівник торговельно-економічної місії 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання Начальник відділу зовнішньої кооперації Начальник відділу матеріально-технічного постачання 1312 Керівники малих підприємств без апарату управління в промисловості Голова кооперативу промислового Директор (керівник) малого підприємства гірничодобувного Директор (керівник) малого промислового підприємства (фірми) 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі Директор (керівник) малої торговельної фірми Керуючий магазином Комерсант 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні Директор малої фірми (страхової, аудиторської, рекламної і т. ін.) Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним і т. ін.) 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва,

	інтелектуальної власності та інноваційної діяльності Економіст із збуту Експерт із зовнішньоекономічних питань Консультант з маркетингу Логіст Професіонал з інноваційної діяльності Рекламист Фахівець з державних закупівель Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою Фахівець із якості Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку
Подальше навчання	Можливість продовжувати навчання за програмами другого (магістерського) рівня вищої освіти за економічним напрямом знань (що узгоджується з отриманим дипломом бакалавра) або суміжною – магістерські (освітньо-наукові/ освітньо-професійні) програми вищої освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання. Проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання ресурсів мережі Інтернет. Самостійна робота на основі підручників та ресурсів системи дистанційної освіти Moodle Уманського НУС.
Оцінювання	Передбачено нормативне (письмові та усні коментарі й настанови викладачів в процесі навчання, формування навичок самооцінювання, залучення студентів до оцінювання роботи один одного) та сумативне (оцінювання поточної роботи протягом вивчення окремих освітніх компонентів), що визначає рівень досягнення очікуваних програмних результатів навчання Види контролю: поточний, тематичний, модульний, підсумковий (екзамен/залік), самоконтроль. Форми контролю: поточне опитування, тестовий контроль, письмові есе, презентація проектно-дослідних робіт; захист звітів з практики; захист курсових робіт; усні та письмові екзамени, заліки. Підсумкова атестація – комплексний кваліфікаційний екзамен. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється на основі 100-бальної шкали, визначеною ECTS.
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)	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. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Спеціальні (фахові компетентності)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

	СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Нормативний зміст підготовки здобувачів, сформульований у термінах результатів навчання	
Р 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. Р 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. Р 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. Р 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. Р 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. Р 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. Р 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. Р 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. Р 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. Р 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. Р 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. Р 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. Р 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. Р 15. 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. Р 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. Р 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. Р 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Процес навчання забезпечують провідні фахівці кафедр університету.
Матеріально-технічне забезпечення	Наявність документів, що засвідчують право власності університету на приміщення для здійснення навчально-виховного процесу. Відповідність навчальних корпусів університету показникам нормованої площі.

	100 % забезпеченість потребам освітніх програм університету: навчальні аудиторії, лабораторії, необхідне устаткування кабінетів, мультимедійне обладнання: – навчальних корпусів – 15; – науково-дослідних лабораторій – 5; – мультимедійного обладнання – 5. Повне забезпечення робочими студентів комп'ютерними місцями: – комп'ютерних класів – 7. Наявність точок бездротового доступу до мережі Інтернет – 100%. Наявність інфраструктури для проживання, відпочинку та оздоровлення: • гуртожитків – 5. • пунктів харчування – 3. • спортивних залів – 2. • спортивних майданчиків – 3.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчальний процес забезпечується інформаційними та навчально-методичними ресурсами: – офіційний сайт УНУС: http://udau.edu.ua; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека, читальні зали; – віртуальне навчальне середовище Moodle; – інституційний репозитарій – електронна база з понад 102 тис. записів; комп'ютерний зал на 25 місць автоматизованого пошуку; – корпоративна пошта; – навчальні і робочі плани; – графіки навчального процесу; – навчально-методичні комплекси дисциплін; – навчальні та робочі програми дисциплін; – методичні матеріали для самостійної роботи студентів з дисциплін; – програми практик; – методичні вказівки щодо виконання курсових проектів(робіт), дипломних проектів (робіт); – пакети комплексних контрольних робіт. Методичні матеріали постійно оновлюються та адаптуються до цілей освітньої програми.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Уманським національним університетом садівництва та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Уманським національним університетом садівництва та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Передбачена можливість навчання іноземних студентів. Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах.

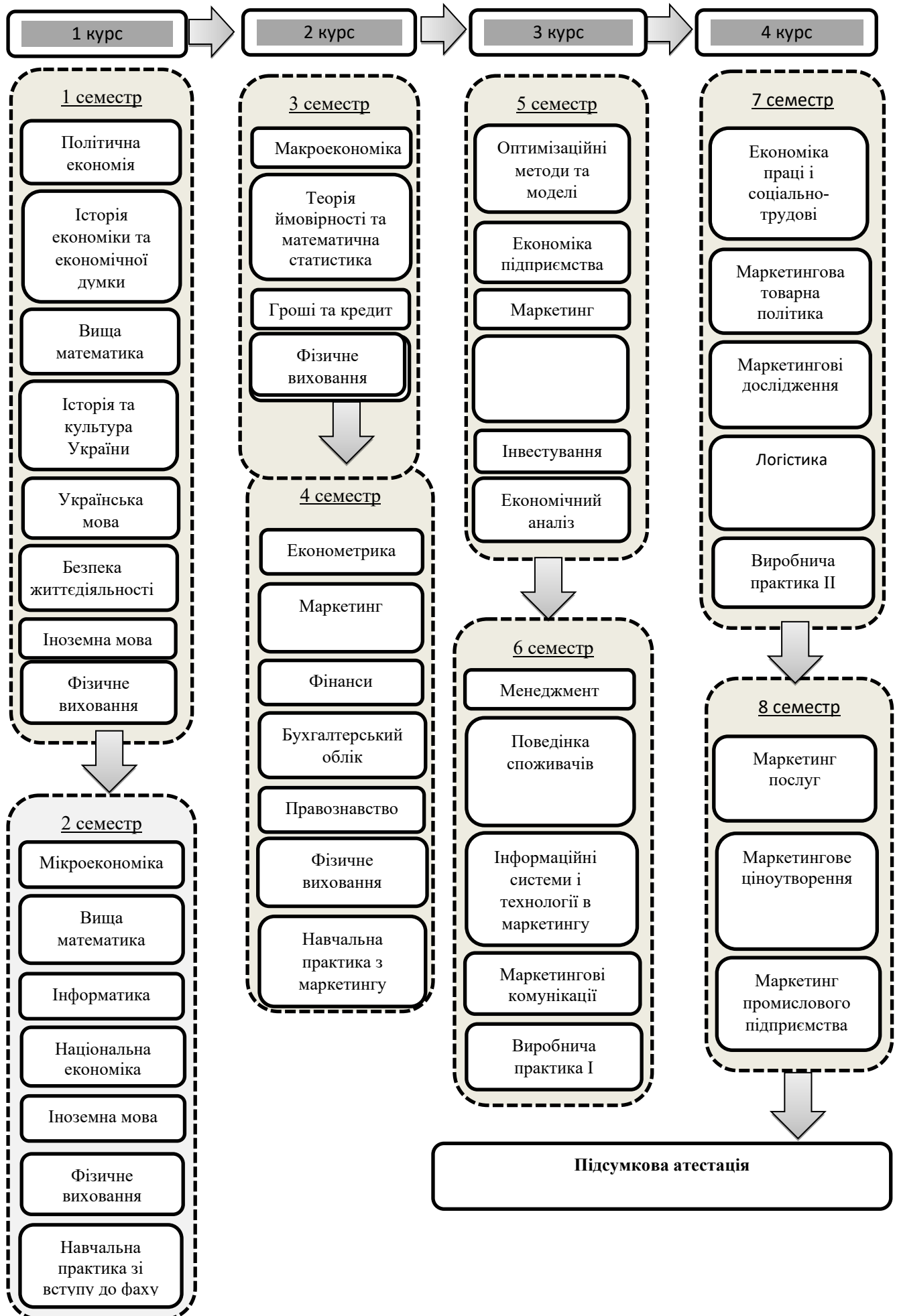
2. Перелік компонент освітньо-професійної/наукової програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практика, кваліфікаційні роботи)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
1.1. Дисципліни математичної та загальноекономічної підготовки			
ЗП 1	Політична економія	4	екзамен
ЗП 2	Макроекономіка	4	екзамен, к. р.
ЗП 3	Мікроекономіка	4	екзамен
ЗП 4	Історія економіки та економічної думки	4	екзамен
ЗП 5	Математика для економістів		
ЗП 5.1	Вища математика	4	залік
ЗП 5.2	Вища математика	4	екзамен
ЗП 5.3	Теорія ймовірності і математична статистика	4	екзамен
ЗП 6	Економіко-математичні методи і моделі		
ЗП 6.1	Оптимізаційні методи і моделі	4	екзамен
ЗП 6.2	Економетрика	5	екзамен
ЗП 6.3	Інформатика	6	екзамен
	Всього	43	
1.2. Дисципліни професійної та практичної підготовки			
ПП 1	Економіка підприємства	5	екзамен
ПП 2	Менеджмент	5	екзамен
ПП 3	Фінанси	5	екзамен
ПП 4	Гроші та кредит	5	екзамен
ПП 5.1.	Маркетинг	4	залік
ПП 5.2.	Маркетинг	4	екзамен, к. р
ПП 6	Бухгалтерський облік	5	екзамен
ПП 7	Економіка праці і соціально-трудові відносини	4	екзамен
ПП 8	Поведінка споживачів	6	екзамен, к. р
ПП 9	Логістика	4	екзамен
ПП 10	Маркетингова товарна політика	5	екзамен, к. р
ПП 11	Маркетинг промислового підприємства	4,5	екзамен
ПП 12	Маркетингове ціноутворення	4,5	екзамен
ПП 13	Маркетинг послуг	4,5	екзамен
ПП 14	Маркетингові дослідження	5	екзамен
ПП 15	Маркетингові комунікації	6	екзамен
ПП 16	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	залік
ПП 17	Правознавство	3	залік
ПП 18	Інвестування	3	залік
ПП 19	Економічний аналіз	3	залік
ПП 20	Національна економіка	4	залік
	Всього	92,5	
1.3. Дисципліни соціально-гуманітарної підготовки			
СП 1.1.	Фізичне виховання	2	
СП 1.2.	Фізичне виховання	2	залік
СП 1.3.	Фізичне виховання	2	
СП 1.4.	Фізичне виховання	2	залік

СП 2	Історія та культура України	3	екзамен
СП 3	Українська мова	3	залік
СП 4	Безпека життєдіяльності	3	залік
СП 5	Іноземна мова	2,5	залік
СП 5	Іноземна мова	2,5	залік
	Всього	22	залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		157,5	
2. Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1	Дисципліна 1	3	залік
ВК 2	Дисципліна 2	3	залік
ВК 3	Дисципліна 3	3	залік
ВК 4	Дисципліна 4	3	залік
ВК 5	Дисципліна 5	3	залік
ВК 6	Дисципліна 6	3	залік
ВК 7	Дисципліна 7	3	залік
ВК 8	Дисципліна 8	3	залік
ВК 9	Дисципліна 9	3	залік
ВК 10	Дисципліна 10	3	залік
ВК 11	Дисципліна 11	3	залік
ВК 12	Дисципліна 12	3	залік
ВК 13	Дисципліна 13	3	залік
ВК 14	Дисципліна 14	3	залік
ВК 15	Дисципліна 15	3	залік
ВК 16	Дисципліна 16	3	залік
ВК 17	Дисципліна 17	3	залік
ВК 18	Дисципліна 18	3	залік
ВК 19	Дисципліна 19	3	залік
ВК 20	Дисципліна 20	3	залік
Загальний обсяг вибірових компонент		60	
3. Практика			
П 1	Навчальна практика	6	залік
П 2	Виробнича практика	15	залік
Підсумкова атестація		1,5	екзамен
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема ОПП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі атестаційного екзамену зі спеціальності та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу.

Атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей.

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється Екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників. Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Вона працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.

Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення закладу вищої освіти приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Таблиця 1

**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
дескрипторам НРК**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності – 14				
ЗК 1.				АВ 2
ЗК 2				АВ 2
ЗК 3		УМ1	К1	
ЗК 4	ЗН1	УМ1		
ЗК 5			К2	АВ1
ЗК 6	ЗН2			
ЗК 7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК 8		УМ1		
ЗК 9		УМ1		
ЗК 10			К1	
ЗК 11			К2	АВ1
ЗК 12			К2	
ЗК 13	ЗН2	УМ1		
ЗК 14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності – 14				
СК 1	ЗН1		К1	
СК 2	ЗН2	УМ1	К1	
СК 3		УМ1	К1	
СК 4	ЗН2		К1	АВ2
СК 5	ЗН2	УМ1		
СК 6	ЗН2	УМ1	К1	
СК 7	ЗН2	УМ1	К1	
СК 8	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК 9	ЗН1		К1	
СК 10	ЗН1	УМ1		
СК 11	ЗН2	УМ1	К1	
СК 12		УМ1	К2	АВ1
СК 13		УМ1	К1	АВ1
СК 14		УМ1	К1	АВ1

Матриця відповідності визначених результатів навчання та компетентностей

[illegible]