

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

ПРОЄКТ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
МАРКЕТИНГ І МІЖНАРОДНА ЛОГІСТИКА
другого (магістерського) рівня вищої освіти
Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність D5 Маркетинг
Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки
Голова Вченої ради
_____/_____/_____
(протокол № ____ від « ____ » _____ 202_ р.
Освітня програма вводиться в дію з ____ 202_ р.
Ректор _____ Анатолій ЦЬОСЬ
(наказ № ____ від « ____ » _____ 202_ р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги до підготовки магістрів у галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма заснована на компетентнісному підході підготовки фахівців в галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг.

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою ВНУ імені Лесі Українки у складі:

1. Букало Н.А. – доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), доцент кафедри обліку і аудиту.

2. Рейкін В.С. – професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, 08.00.03 – економіка та управління національним господарством, професор кафедри менеджменту та адміністрування.

3. Милько І.П. – доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, доцент кафедри міжнародної економіки.

Внутрішні та зовнішні стейкхолдери, залучені до обговорення освітньої програми:

Здобувачі вищої освіти:

1. Щербак Анастасія – здобувач освітнього рівня Магістр спеціальності D5 Маркетинг.

2. Вавдіюк Наталія – здобувач освітнього рівня Магістр спеціальності D5 Маркетинг.

Стейкхолдери:

1. Рикальський Олександр, директор ТОВ «ТР.Е.К».

2. Жуковець Олександр, директор ПП «Трек-Захід».

3. Войтович Сергій, голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу».

4. Кас'ян Ольга, директор з маркетингу ПрАТ «Едельвіка».

5. Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції Partyzan.

6. Оксенюк Віталій, директор маркетингової агенції «Офіс маркетолога Оксенюка».

Освітня програма погоджена вченою радою факультету, та Вченою радою Волинського національного університету імені Лесі Українки.

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін в освітню програму регулюється Порядком формування освітніх програм та навчальних планів підготовки фахівців за першим (бакалаврським), другим (магістерським) та третім (освітньо-науковим, освітньо-творчим) рівнями вищої освіти денної (очної) та заочної форм здобуття освіти у Волинському національному університеті імені Лесі Українки та Положенням про розроблення, затвердження, моніторинг, перегляд та закриття освітніх програм у Волинському національному університеті імені Лесі Українки, затвердженими Вченою радою ВНУ імені Лесі Українки (протокол № ____ від __.03.2025 р. та протокол № 13 від 29.09.2024 р. відповідно).

Ця освітня програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Волинського національного університету імені Лесі Українки.

1. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг і міжнародна логістика зі спеціальності D5 Маркетинг

1–Загальна інформація	
Ступінь вищої освіти	Магістр
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація (за наявності)	–
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг і міжнародна логістика
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Тип диплома та обсяг освітньої програми (кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання ОП)	Диплом магістра, 90 кредитів ЄКТС
Форми здобуття освіти за ОП та розрахункові строки виконання ОП за кожною з них	Денна форма здобуття освіти Загальний термін навчання – 1 роки 4 місяців
Наявність акредитації	–
Передумови (вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за ОП, відповідно до стандарту вищої освіти, за наявності)	На базі освітнього ступеня бакалавр, магістр, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст
Мова / мови викладання	Українська мова
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://vnu.edu.ua/uk/chairs/kafedra-marketynhu
2–Мета та цілі освітньо-професійної програми	
Метою освітньої програми є набуття теоретичних знань, формування практичних вмінь і навиків щодо професійної підготовки за другим рівнем вищої освіти в сфері маркетингу і міжнародної логістики, необхідними для провадження ефективної фахової діяльності.	
3–Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація, або предметна спеціальність (за наявності))	D Бізнес, адміністрування та право D5 Маркетинг Освітня програма Маркетинг і міжнародна логістика 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 логістики та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової та

	логістичної діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу та міжнародної логістики. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової та логістичної діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації управлінських рішень в сфері маркетингу та міжнародної логістики.
Орієнтація освітньої програми	Програма передбачає оволодіння базовими знаннями та прийняття управлінських рішень щодо функціональних складових маркетингу та міжнародної логістики. Програма спрямована на надання знань та формування навичок у сфері маркетингу та міжнародної логістики як актуальної складової ведення бізнесу. Програма орієнтує на вирішення актуальних проблем розвитку вітчизняних підприємств на основі досягнень маркетингової науки, які враховують специфіку господарювання в умовах євроінтеграції та глобалізації. Програма враховує особливості функціонування ринкових суб'єктів у сфері маркетингу та міжнародної логістики на різних ієрархічних рівнях, забезпечує розуміння змісту маркетингової діяльності та необхідності застосування логістичних інструментів для прийняття якісних управлінських рішень. Освітня програма ґрунтується на методології та фундаментальних засадах науки, на практичних результатах сучасних досліджень маркетингу та логістичної сфери.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Освітня програма передбачає здобуття поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок у сфері маркетингу і міжнародної логістики, опанування загальними засадами методології наукової та професійної діяльності, набуття інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання фахових завдань відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: маркетинг, міжнародна логістика, стратегічний маркетинг, маркетинговий менеджмент, міжнародна логістика.
Особливості програми	Програма враховує специфіку транскордонного розташування регіону, а також актуальність міжнародної логістичної діяльності в контексті безпекових викликів та загроз в умовах невизначеності та підвищених ризиків. Це обумовлює підвищений попит з боку суб'єктів господарювання на оптимізацію регіональних транспортних потоків, розміщення складських центрів та транзитних баз. Тому освітній процес ОП побудований на міждисциплінарному підході, кросфункціональній взаємодії, залученні практиків зі сфери маркетингу та логістики, встановленні партнерства роботодавців і здобувачів освіти з метою набуття останніми практичного досвіду та їх адаптації до умов реальної ринкової діяльності.
4–Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньої програми можуть працевлаштовуватись на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми, працювати в логістичних, транспортних, експедиційних, поштових, складських компаніях, на підприємствах, де наявні підрозділи: маркетингу, логістики і постачання, виробництва та збуту, маркетингових досліджень, міжнародних зв'язків. Фахівець здатний виконувати зазначену професійну роботу (ДК 003:2010):

	1443 Менеджер (управитель) з транспортно-експедиторської діяльності 1451 Менеджер (управитель) в торгівлі транспортними засобами 1452 Менеджер (управитель) в оптовій торгівлі 1453 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами 1454 Менеджер (управитель) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу 1475.4 Менеджер (управитель) з логістики Менеджер (управитель) з постачання Менеджер (управитель) із збуту Менеджер (управитель) з маркетингу 2419.2 Логіст Економіст із збуту 3422 Експедитор Експедитор транспортний 3436.1 Помічник керівника підприємства (установи, організації) 3436.2 Помічник керівника іншого основного підрозділу 3436.3 Помічник керівника малого підприємства без апарату управління
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5–Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Освітній процес побудований на принципах студентоцентрованого, проблемно-орієнтованого, інтерактивного, практико-орієнтованого навчання, спрямованого на формування компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у серії маркетингу і міжнародної логістики, здійснення науково-дослідної діяльності, що передбачає формування індивідуальної траєкторії навчання, використання всіх видів аудиторної і позааудиторної роботи, визнання неформальної освіти, обрання вибіркового освітніх компонентів, тем та керівників кваліфікаційних робіт, баз практики тощо. Використання традиційних та інноваційних методів у освітньому процесі. Практична спрямованість та творча орієнтованість ОП забезпечується комбінацією лекцій, практичних занять із розв'язуванням проблемних завдань та кейсів, підготовкою проєктів, дослідницькими роботами, участю та проведенням тренінгів (ділові ігри, виробничі ситуації з роботою в командах, мозкові атаки тощо), самопідготовкою на основі освітніх платформ, самостійною роботою (участь у наукових конференціях та олімпіадах, консультації з викладачами, виконання індивідуальних завдань), захистом практик, підготовкою та захистом кваліфікаційної роботи.
Оцінювання	Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою з переведенням у лінгвістичну шкалу за результатами поточного та підсумкового модульного контролю у вигляді усних та/або письмових екзаменів/заліків, письмового та/або комп'ютерного тестування, захисту навчальних проєктів, захисту практик та захисту кваліфікаційної роботи відповідно до Положення про випускні кваліфікаційні роботи (проєкти).
6–Перелік компетентностей випускника	

Інтегральна компетентність (ІК)	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)	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 (спеціальні) компетентності (ФК/СК)	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. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7–Програмні результати навчання	
Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	

P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

8–Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	100% науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання освітніх компонентів, що забезпечують спеціальні (фахові) компетентності здобувача, мають наукові ступені та вчені звання, забезпечують не менше чотирьох пунктів вимог згідно пункту 38 Ліцензійних умов. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» забезпечується підвищення кваліфікації та стажування науково-педагогічних працівників не рідше, ніж 1 раз на 5 років. До організації освітнього процесу залучаються фахівці з досвідом практичної та управлінської роботи
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпечення, відповідно до ліцензійних умов, навчальними корпусами, приміщеннями для науково-педагогічних працівників, сучасною науковою бібліотекою, гуртожитками, що об'єднані у студентське містечко, спортивними спорудами (спортивно-оздоровчий комплекс, 12 спортивних залів, відкриті спортивні майданчики, 2 стадіони. У приміщеннях навчальних корпусів працюють 8 їдалень та буфетів на 560 посадкових місць. Функціонують ботанічний сад, агробіостанція, музеї, оздоровча база відпочинку «Гарт», центр культури та дозвілля. Навчальні корпуси, приміщення, сучасна наукова бібліотека, гуртожитки, що об'єднані у студентське містечко, спортивні споруди (спортивно-оздоровчий комплекс, 12 спортивних залів, відкриті спортивні майданчики, 2 стадіони), укриття дозволяють повністю забезпечити освітній процес протягом усього циклу підготовки за ОП та відповідають Ліцензійним умовам. У приміщеннях навчальних корпусів функціонують їдальні. В університеті є ботанічний сад, музеї, база практик – табір «Гарт», центр культури та дозвілля. Приміщення, що використовуються в освітньому процесі, відповідають санітарним нормам, вимогам правил пожежної безпеки, обладнані пандусами для безперешкодного доступу до приміщень осіб із ООП. У коридорах факультету економіки та управління встановлені тактильні таблички-вказівники руху шрифтом Брайля (назви аудиторій, кафедри, деканату та громадських місць). Лекційні заняття за навчальним планом підготовки магістрів зі спеціальності 075 Маркетинг проводяться у лекційних аудиторіях, які обладнані мультимедійним обладнанням.
Інформаційне та навчально-методичне	Освітні компоненти, що передбачені освітньою програмою, забезпечені навчально-методичними матеріалами. Університет має укладені договори про співпрацю з базами практик. Здійснюється використання навчально-методичних матеріалів у системі управління

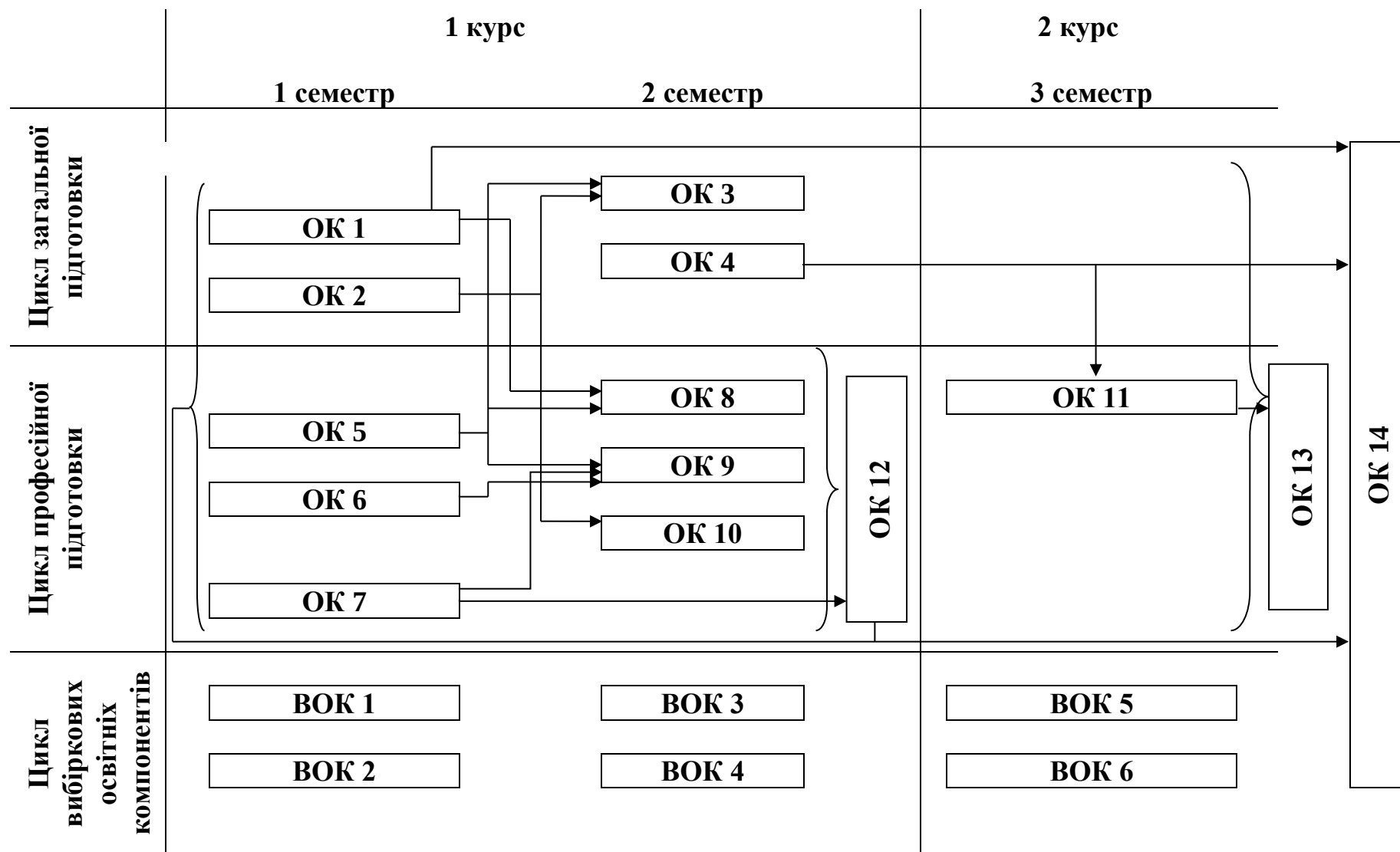
забезпечення	навчанням Moodle, Office 365 ВНУ імені Лесі Українки та розробок науково-педагогічних працівників. Наявна бібліотека із загальним фондом понад 799 тисяч примірників. Читальні зали є зоною WiFi. Перелік фахових періодичних видань, у тому числі електронних фахових, – понад 30. Функціонує університетський електронний репозитарій. Електронний каталог бібліотеки містить понад 547 тисяч записів і доступний онлайн у режимі 24/7. Для навчальних цілей в університеті використовуються 22 комп'ютерні лабораторії відділу технічних засобів навчання «Центр інноваційних технологій та комп'ютерного тестування» загальною площею 939,9 м². Усі комп'ютери Центру (293 одиниці) об'єднані у корпоративну мережу з підключенням до глобальної мережі «Інтернет». Парк комп'ютерної техніки університету налічує понад 1000 одиниць.
9–Академічнамобільність	
Національна кредитна мобільність	Кожен здобувач вищої освіти має можливість в рамках національної академічної мобільності проходити у ЗВО-партнерах (на основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та університетами України) окремі курси, навчатися протягом семестру з подальшим визнанням отриманих результатів та зарахуванням кредитів. Принципи академічної мобільності визначаються законодавством України. Можливість навчатися за кількома освітніми програмами або у кількох ЗВО одночасно визначається законодавством України (регламентується Постановою КМУ № 579 Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність від 12 серпня 2015 р.) та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 10 від 28 серпня 2020 р.). Національна кредитна мобільність забезпечується двостороннім договором про взаємне співробітництво, обмін студентами та професорсько-викладацьким складом між Вищою школою економіки та інновацій міста Любліна (Республіка Польща), Гуманітарно-природничим університетом імені Яна Длугоша в Ченстохові та Волинським національним університетом імені Лесі Українки (м. Луцьк).
Міжнародна кредитна мобільність	Принципи міжнародної академічної мобільності визначаються законодавством України, інших країн та міждержавними угодами. Кожен здобувач вищої освіти має можливість пройти процедуру визнання кредитів / періодів навчання. У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між ВНУ імені Лесі Українки та закладами вищої освіти країн-партнерів. Регламентується Постановою КМУ № 579 Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність від 12 серпня 2015 р. та Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 10 від 28 серпня 2020 р.).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Не передбачено

2. Перелік освітніх компонентів освітньо-професійної програми та їхня логічна послідовність

2.1. Перелік освітніх компонентів ОП

(номер п/п)	Освітні компоненти освітньої програми	Семестр / Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Методологія та організація наукових досліджень в галузі	1/4	залік
ОК 2	Мотивування та лідерство	1/4	залік
ОК 3	Технології прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності	2/4	залік
ОК 4	Іноземна мова в професійній комунікації	2/3	залік
Цикл професійної підготовки			
ОК 5	Маркетинговий менеджмент	1/5	екзамен
ОК 6	Стратегічний маркетинг	1/5	екзамен
ОК 7	Сучасні інформаційні та комунікаційні технології у професійній діяльності	1/4	екзамен
ОК 8	Діагностика маркетингової та міжнародної логістичної діяльності	2/4	екзамен
ОК 9	Інтегровані маркетингові комунікації	2/4	екзамен
ОК 10	Інноваційне підприємництво та управління проектами	2/4	екзамен
ОК 11	Міжнародна логістика	3/4	екзамен
ОК 12	Виробнича практика з маркетингу	2/3	залік
ОК 13	Виробнича практика з маркетингової та міжнародної логістичної діяльності	3/6	залік
ОК 14	Кваліфікаційна робота	3/12	
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66 кредитів	
Цикл вибірових освітніх компонентів			
ОК 1	Вибіркова дисципліна 1	1/4	залік
ОК 2	Вибіркова дисципліна 2	1/4	залік
ОК 3	Вибіркова дисципліна 3	2/4	залік
ОК 4	Вибіркова дисципліна 4	2/4	залік
ОК 5	Вибіркова дисципліна 5	3/4	залік
ОК 6	Вибіркова дисципліна 6	3/4	залік
Загальний обсяг вибірових освітніх компонентів		24 кредити	
Загальний обсяг освітньої програми		90 кредитів	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

4. Матриця відповідності загальних компетентностей (ЗК) освітнім компонентам освітньо-професійної програми

	ЗК-1	ЗК-2	ЗК-3	ЗК-4	ЗК-5	ЗК-6	ЗК-7	ЗК-8
ОК.1		+				+		
ОК.2	+	+			+			
ОК.3	+	+						
ОК.4						+		+
ОК.5	+	+	+	+		+		
ОК.6	+	+		+		+		+
ОК.7	+					+		
ОК.8	+		+			+		+
ОК.9				+	+			
ОК.10	+	+				+	+	+
ОК.11	+		+	+	+			+
ОК.12	+	+		+	+	+		
ОК.13	+	+		+	+	+		
ОК.14	+	+	+	+	+	+	+	+

**6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентами освітньої програми**

	P-1	P-2	P-3	P-4	P-5	P-6	P-7	P-8	P-9	P-10	P-11	P-12	P-13	P-14	P-15
OK.1	+		+												+
OK.2								+					+	+	
OK.3			+						+	+					
OK.4					+										+
OK.5			+							+			+	+	
OK.6				+							+	+			
OK.7		+							+						+
OK.8							+				+	+			+
OK.9	+							+						+	
OK.10				+	+	+						+			
OK.11					+								+	+	
OK.12	+	+	+	+	+					+	+	+			+
OK.13	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+		+
OK.14	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Гарант освітньої програми

Інна МИЛЬКО