**ПРОЕКТ**

**Міністерство освіти і науки України**

Київський національний університет

технологій та дизайну

затверджено

Рішення Вченої ради КНУТД

від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. протокол № \_\_\_

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Іван ГРИЩЕНКО

Введено в дію наказом ректора

від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ р. № \_\_\_\_\_

**освітньо-професійна Програма**

**КОМУНІКАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ**

Рівень вищої освіти \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_другий магістерський \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ступінь вищої освіти \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_магістр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Галузь знань \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_07 Управління та адміністрування \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_075 Маркетинг \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кваліфікація \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_магістр маркетингу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Київ 2023

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

Комунікаційний маркетинг

Рівень вищої освіти \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_другий магістерський \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ступінь вищої освіти \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_магістр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Галузь знань \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_07 Управління та адміністрування \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_075 Маркетинг \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Проректор**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Людмила ГАНУЩАК-ЄФІМЕНКО

(дата) (підпис) (власне ім’я прізвище)

**Директор НМЦУПФ**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олена ГРИГОРЕВСЬКА

(дата) (підпис) (власне ім’я прізвище)

**Схвалено Вченою радою факультету** \_\_\_\_управління та бізнес-дизайну\_

(повна назва факультету)

від «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року, протокол № \_\_\_\_

**Декан факультету** управління та бізнес-дизайну

(повна назва факультету)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олександра ОЛЬШАНСЬКА

(дата) (підпис) (власне ім’я прізвище)

**Обговорено та рекомендовано на засіданні кафедри** маркетингу та комунікаційного

дизайну

(повна назва кафедри)

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року, протокол від № \_\_\_\_

**Завідувач кафедри** маркетингу та комунікаційного дизайну

(повна назва кафедри)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ігор ПОНОМАРЕНКО

(дата) (підпис) (власне ім’я прізвище)

**Передмова**

**РОЗРОБЛЕНО:** Київський національний університет технологій та дизайну

**розробники:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Група забезпечення освітньої програми\*** | **ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада** | **Підпис** | **Дата** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Гарант освітньої програми** | Євсейцева Олена Сергіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну |  |  |
| **Робоча група** | Пономаренко Ігор Віталійович, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну |  |  |
| Шіковець Катерина Олексіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну |  |  |

**РЕЦЕНЗІЇ ЗОВНІШНІХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ**:

1. Куницька Анна, директор КП КНП «Центр комунікацій»;
2. [Лелюк Роман, директор департаменту, Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради, управління інформаційної політики та комунікацій](https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2mag/075mgkm/rec3_075mgkm_2021.pdf);
3. [Дітріх Трайс, генеральний директор, ТОВ «УІФК-Агро](https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2mag/075mgkm/rec1_075mgkm_2021.pdf)»;
4. [Сенча Марія, директор креативної агенції «АЙДЕН.ТІМ»](https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2mag/075mgkm/rec2_075mgkm_2021.pdf).
5. **Профіль освітньо-професійної програми Комунікаційний маркетинг**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| * 1. **- Загальна інформація** | | | |
| **Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу** | | Київський національний університет технологій та дизайну  Кафедра маркетингу та комунікаційного дизайну | |
| **Рівень вищої освіти** | | другий (магістерський) | |
| **Освітня кваліфікація** | | Магістр з маркетингу | |
| **Кваліфікація в дипломі** | | Ступінь вищої освіти – магістр  Галузь знань – 07 Управління та адміністрування  Спеціальність – 075 Маркетинг  Освітня програма – Комунікаційний маркетинг | |
| **Тип диплому та обсяг освітньої програми** | | Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,4 роки | |
| **Наявність акредитації** | | Акредитація - Сертифікат про акредитацію освітньої програми УД № 11007732 від 08.01.2019 р. | |
| **Цикл/рівень** | | Національна рамка кваліфікацій України – сьомий рівень (магістр) | |
| **Передумови** | | Ступінь бакалавра, магістра або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста | |
| **Мова викладання** | | українська | |
| **Строк дії сертифіката про акредитацію освітньої програми** | | до 01.07. 2024 р. | |
| **Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми** | | <http://knutd.edu.ua/ekts/> | |
| **1.2 - Мета освітньої програми** | | | |
| Забезпечити підготовку висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, креативними навиками, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової комунікаційної діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності у динамічному бізнес середовищі. | | | |
| **1.3 Характеристика освітньої програми** | | | |
| **Предметна область** | | **Об’єкт вивчення:** маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.  **Цілі навчання:** підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв’язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.  **Теоретичний зміст предметної області:** суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу.  **Методи, методики та технології:** загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.  **Інструменти та обладнання:** сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.Програма орієнтована на формування у здобувачів компетентностей щодо набуття глибоких знань, умінь та навичок зі спеціальності.  Обов’язкові освітні компоненти – 73%, з них: практична підготовка – 12%, вивчення іноземної мови – 6%, дипломне проєктування – 26%. Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти – 27% обираються із загальноуніверситетського каталогу відповідно до затвердженої процедури в Університеті. | |
| **Орієнтація освітньої програми** | | Освітньо-професійна підготовки магістра.  Освітньо-професійна програма підготовки магістра орієнтується на сучасні наукові дослідження в галузі комунікаційного маркетингу, враховує специфіку формування фахових компетентностей щодо ефективного використання маркетингових інструментів просування продукту та послуг на ринку в умовах взаємодії суб'єктів ринкових відносин, в рамках яких студент визначає професійну та наукову кар’єру. | |
| **Основний фокус освітньої програми** | | Освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» спрямована на підготовку фахівців високого рівня, які володіють актуальними знаннями і практичними навичками у сфері ефективного управління маркетинговою комунікаційною діяльністю підприємств. При реалізації програми значна увага буде надана застосуванню новітніх маркетингових комунікаційних технологій для здійснення наукових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств різних галузей економіки.  Освітньо-професійна програма «Комунікаційний маркетинг» дає можливість дистанційного навчання на основі модульного середовища освітнього процесу КНУТД; виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом». | |
| **Особливості освітньої програми** | | Програма забезпечує набуття високого рівня знань та навичок з управління маркетинговою комунікаційною діяльністю організацій та підприємств різних галузей економіки. Програма орієнтована на спеціальну підготовку маркетологів згідно із потребами ринку праці, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до сучасного бізнес-середовища, із знаннями бренд-орієнтовного управління. Формує маркетологів з ринково-комунікаційним стилем мислення, здатних генерувати інноваційні стратегічні рішення, викладати, проводити дослідження і займатись підприємницькою діяльністю у сфері маркетингу. | |
| **1.4 - Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання** | | | |
| **Придатність до працевлаштування** | | Випускники кваліфікації магістр маркетингу можуть працювати на первинних посадах в галузях економіки за професіями, визначеними у Національному класифікаторі України: Класифікатор професій ДК (003:2010): - 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності | |
| **Академічні права випускників** | | Навчання впродовж життя для вдосконалення професійної, наукової та інших видів діяльності. Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії). | |
| **1.5 - Викладання та оцінювання** | | | |
| **Викладання та навчання** | | Використовується студентсько-центроване та проблемно-орієнтоване навчання, через науково-досліднупрактику та самонавчання. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості, бінарності – активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти.  Форми організації освітнього процесу: лекція, семінарське, практичне, практична підготовка, самостійна робота, консультація, розробка фахових проектів (робіт). | |
| **Оцінювання** | | Усні та письмові екзамени, заліки, тестування, звіти практики, есе, проектні роботи, презентації, звіти, портфоліо, доповіді, курсова робота, дипломна магістерська робота. | |
| **1.6 - Програмні компетентності** | | | |
| **Інтегральна компетентність (ІК)** | | Здатність розв’язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог. | |
| **Загальні компетентності (ЗК)** | | **ЗК 1** | Здатність приймати обґрунтовані рішення. |
| **ЗК 2** | Здатність генерувати нові ідеї (креативність). |
| **ЗК 3** | Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. |
| **ЗК 4** | Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. |
| **ЗК 5** | Навички міжособистісної взаємодії. |
| **ЗК 6** | Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. |
| **ЗК 7** | Здатність проявляти ініціативу та підприємливість. |
| **ЗК 8** | Здатність розробляти проекти та управляти ними. |
| **ЗК 9** | Знання та розуміння предметної області маркетингової комунікаційної діяльності. |
| **ЗК 10** | Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. |
| **Фахові** **компетентності** | | **ФК 1** | Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. |
| **ФК 2** | Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. |
| **ФК 3** | Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. |
| **ФК 4** | Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. |
| **ФК 5** | Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. |
| **ФК 6** | Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетингової діяльністю ринкового суб’єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. |
| **ФК 7** | Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб’єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв’язків. |
| **ФК 8** | Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб’єкта та оцінювати результативність її функціонування. |
| **ФК 9** | Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. |
| **ФК 10** | Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу. |
| **ФК 11** |  |
| **ФК 12** | Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової комунікаційної діяльності. |
| **1.7 - Програмні результати навчання** | | | |
| **ПРН 1** | Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. | | |
| **ПРН 2** | Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта. | | |
| **ПРН 3** | Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. | | |
| **ПРН 4** | Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. | | |
| **ПРН 5** | Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. | | |
| **ПРН 6** | Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб’єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. | | |
| **ПРН 7** | Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб’єкта. | | |
| **ПРН 8** | Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. | | |
| **ПРН 9** | Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. | | |
| **ПРН 10** | Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб’єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. | | |
| **ПРН 11** | Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб’єкта | | |
| **ПРН 12** | Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. | | |
| **ПРН 13** | Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. | | |
| **ПРН 14** | Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб’єктами ринку. | | |
| **ПРН 15** | Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. | | |
| **ПРН 16** | Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням положень теорій та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. | | |
| **ПРН 17** | Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів | | |
| **ПРН 18** | Керувати маркетинговою комунікаційною діяльністю ринкового суб’єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. | | |
| **1.8 - Ресурсне забезпечення реалізації програми** | | | |
| **Кадрове забезпечення** | | Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. В процесі організації навчання залучаються професіонали з досвідом дослідницької, управлінської, інноваційної та фахової роботи, іноземні лектори. | |
| **Матеріально-технічне забезпечення** | | Матеріально-технічне забезпечення дозволяє повністю забезпечити освітній процес протягом всього циклу підготовки за освітньою програмою. Стан приміщень засвідчено санітарно-технічними паспортами, що відповідають чинним нормативним актам. | |
| **Інформаційне та навчально-методичне забезпечення** | | Програма повністю забезпечена навчально-методичним комплексом з усіх компонентів освітньої програми, наявність яких представлена у модульному середовищі освітнього процесу Університету. | |
| **1.9 - Академічна мобільність** | | | |
| **Внутрішня академічна мобільність** | | Передбачає можливість академічної мобільності за деякими освітніми компонентами, що забезпечують набуття загальних та/або фахових компетентностей. | |
| **Міжнародна кредитна мобільність** | | Програма розвиває перспективи участі та стажування у науково-дослідних проектах та програмах академічної мобільності за кордоном. Виконується в активному дослідницькому середовищі, є мобільною за програмою «Подвійний диплом». | |
| **Навчання іноземних здобувачів вищої освіти** | | Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється за акредитованими освітніми програмами. | |

1. **Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність**
   1. **Перелік компонентів освітньо-професійної програми (другий (магістерський) рівень вищої освіти**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| **Обов’язкові компоненти ОП** | | | |
| ОК 1 | Ділова іноземна мова ([англійська](https://knutd.edu.ua/files/ekts/od/DIM_ang_2022_mg.pdf), [німецька](https://knutd.edu.ua/files/ekts/od/DIM_nim_2022_mg.pdf), [французька](https://knutd.edu.ua/files/ekts/od/DIM_fran_2022_mg.pdf)) | 3 | залік |
| ОК 2 | [Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності](https://knutd.edu.ua/files/ekts/od/MCND_2022_mg.pdf) | 3 | екзамен |
| ОК 3 | Стратегічний маркетинг | 3 | екзамен |
| ОК 4 | Маркетинг соціальних мереж | 3 | екзамен |
| ОК 5 | Маркетинговий та рекламний менеджмент | 5 | екзамен |
| Курсова робота | 1 | захист |
| ОК 6 | Бізнес-аналітика | 6 | залік, екзамен |
| ОК 7 | Бренд-орієнтовне управління | 3 | екзамен |
| ОК 8 | Комерційна діяльність у цифровому середовищі | 3 | екзамен |
| ОК 9 | Науково-дослідна практика | 6 | залік |
| ОК 10 | Переддипломна практика | 9 | залік |
| ОК 11 | Дипломна магістерська робота | 21 | атестація |
| **Загальний обсяг обов’язкових компонентів** | | **66** | |
| **Вибіркові компоненти освітньої програми** | | | |
| ДВВ | Дисципліни вільного вибору здобувача вищої освіти | 24 | залік |
| **Загальний обсяг вибіркових компонентів** | | 24 | |
| **ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ** | | **90** | |

**2.2 Структурно-логічна схема підготовки магістра ОПП Комунікаційний маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 семестр 1 курс |  | 2 семестр 1 курс |  | 3 семестр 2курс |
|  |  |  |  |  |
| Ділова іноземна мова |  | Маркетинг соціальних мереж |  | Дипломна  магістерська робота |
|  |  |  |  |
| Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності |  | Бренд-орієнтовне управління |  |
|  |  |  |  |
| Маркетинговий та рекламний менеджмент |  | Комерційна діяльність у цифровому середовищі |  |
|  |  |  |  |
| Бізнес-аналітика |  | Бізнес-аналітика |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Стратегічний маркетинг |  | Науково-дослідна практика |  | Переддипломна практика |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| ДВВ 1 |  | ДВВ 3 |  |  |
|  |  |  |  |  |
| ДВВ 2 |  | ДВВ 4 |  |  |

1. **Форма атестації здобувачів вищої освіти**

|  |  |
| --- | --- |
| **Форми атестації здобувачів вищої освіти** | Атестація випускника освітньої програми проводиться у формі публічного захисту дипломної магістерської роботи. |
| **Вимоги до**  **кваліфікаційної**  **роботи** | Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або практичної складної задачі або проблеми в сфері маркетингової комунікаційної політики, що потребує досліджень та/або інновацій і характеризується невизначеністю умов та вимог. У кваліфікаційній роботі не повинно бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.  Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті або в репозиторії закладу вищої освіти. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснювати у відповідності до вимог чинного законодавства |

1. **Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ЗК 1** | **ЗК 2** | **ЗК 3** | **ЗК 4** | **ЗК 5** | **ЗК 6** | **ЗК 7** | **ЗК 8** | **ЗК 9** | **ЗК 10** | **ФК 1** | **ФК 2** | **ФК 3** | **ФК 4** | **ФК 5** | **ФК 6** | **ФК 7** | **ФК 8** | **ФК 9** | **ФК 10** | **ФК 11** | **ФК 12** |
| **ОК1** |  |  |  |  | + | + |  |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК2** |  | + |  |  |  | + |  |  | + |  | + | + | + |  |  |  |  |  | + | + | + |  |
| **ОК3** | + |  | + | + | + | + |  | + |  | + | + |  | + |  | + |  | + | + | + |  | + | + |
| **ОК4** | + | + |  | + | + |  | + |  | + |  | + |  | + | + |  | + |  |  |  |  | + | + |
| **ОК5** |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  | + |
| **ОК6** |  |  |  |  |  | + |  | + |  |  |  | + |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  |
| **ОК7** |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | + | + |  |  |  | + |
| **ОК8** | + |  | + | + | + | + |  | + |  | + | + |  | + |  | + |  | + | + | + |  |  | + |
| **ОК9** |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  | + | + | + |  |  |  |  |  |  | + | + | + |
| **ОК10** | + | + | + |  |  |  | + |  | + | + |  | + |  | + | + | + | + | + | + | + | + |  |
| **ОК11** |  | + |  | + |  | + | + | + | + | + | + |  | + |  | + |  | + | + | + | + | + | + |

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньо-професійної програми**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ПРН 1** | **ПРН 2** | **ПРН 3** | **ПРН 4** | **ПРН 5** | **ПРН 6** | **ПРН 7** | **ПРН 8** | **ПРН 9** | **ПРН 10** | **ПРН 11** | **ПРН 12** | **ПРН 13** | **ПРН 14** | **ПРН 15** | **ПРН 16** | **ПРН 17** | **ПРН 18** |
| **ОК1** |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ОК2** |  | + |  |  | + |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + | + |  |  |
| **ОК3** | + | + | + | + |  | + |  |  | + |  | + | + | + |  |  |  | + |  |
| **ОК4** | + |  |  | + |  | + | + | + | + |  |  | + |  |  |  |  | + | + |
| **ОК5** |  |  | + |  | + |  |  | + | + | + | + | + | + |  |  |  |  | + |
| **ОК6** | + |  |  |  |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |  | + |  |
| **ОК7** |  |  | + |  | + |  |  | + | + |  | + | + | + |  |  |  |  |  |
| **ОК8** | + | + | + | + |  | + | + |  | + |  | + | + | + | + |  |  | + |  |
| **ОК9** | + |  | + |  |  |  |  |  |  | + |  |  |  |  |  | + |  |  |
| **ОК10** | + | + | + | + |  | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |  | + | + |
| **ОК11** | + | + |  | + | + | + | + |  |  | + | + |  |  |  |  | + | + | + |