

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ
ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»**

**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право**

Затверджено ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

Андрій КРИСОВАТИЙ

(протокол № 8 від «26» серпня 2025 р.)



Освітня програма вводиться в дію з вересня 2025 р.

Ректор Оксана ДЕСЯТНЮК

(наказ № 419 від «26» серпня 2025 р.)

Івано-Франківськ – 2025

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

*Проректор
з науково-педагогічної роботи*

Віктор ОСТРОВЕРХОВ

*Заступник директора навчально-наукового центру
моніторингу якості освіти
та методичної роботи*

Леся БІЛОВУС

*Директор Івано-Франківського
навчально-наукового
інституту менеджменту*

Галина ЛЯХОВИЧ

Завідувач кафедри

Ірина БІЛЕЦЬКА

Гарант ОПП

Мар'яна РОМАНЧУКЕВИЧ

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Мар'яни РОМАНЧУКЕВИЧ – кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту, гаранта ОПП.
2. Ірини БІЛЕЦЬКОЇ – завідувача кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту, доктора економічних наук, професора, професора кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту.
3. Ростислава БАРАНА – доктора економічних наук, професора, професора кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту.
4. Тетяни САБЕЦЬКОЇ – кандидата економічних наук, доцента, доцента кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту.
5. Вероніки РОШАК – здобувачки освітньо-професійної програми.
6. Руслан ЧУФРИДИ – випускника освітньо-професійної програми.

Відгуки та рецензії на освітньо-професійну програму:

1. Наталія БАСІЙ – завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету, кандидат економічних наук, доцент.
2. Іван БЛАГУН – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту і маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.
3. Ігор ЗЕМЛЯКОВ – доцент кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу.
4. Надія ЗЕМЛЯКОВА – менеджер з маркетингу ТОВ «Летреро».
5. Юрій ГАРМАТЮК – менеджер зі збуту відділу збуту ПП «АПЕРО».

Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту Західноукраїнського національного університету, кафедра міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Освітня кваліфікація – Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньо-професійної програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом бакалавра, одиничний. Обсяг освітньо-професійної програми на базі повної загальної середньої освіти становить 240 кредитів ЄКТС. Визначаються та перезараховуються кредити, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» визначається та перезараховується не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта, освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст», освітній ступінь «молодший бакалавр», освітньо-професійний ступінь «фаховий молодший бакалавр». Прийом на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством.
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньо-професійної програми	До 01.07.2029 р.

Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://ifnnim.wunu.edu.ua
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка фахівців з маркетингу, що володіють ґрунтовними знаннями та практичними сучасними навичками для ефективного вирішення завдань з маркетингу, прийняття ґрунтовних управлінських маркетингових рішень та, загалом, ведення успішної маркетингової діяльності сучасних підприємств та організацій в умовах цифровізації та невизначеності сучасних ринків та запитів зовнішнього оточення, що дасть змогу підвищити їх конкурентоспроможність.	
3 – Характеристика освітньо-професійної програми	
Предметна область 07 Управління та адміністрування D5 Маркетинг	<i>Об’єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб’єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма орієнтована на підготовку фахівців, які володіють системою загальнонаукових і спеціальних (фахових) методів, професійних методик та технологій, необхідних для виконання відповідних завдань та вирішення актуальних проблем у сфері маркетингу, а також які здатні швидко адаптуватися до сучасних викликів бізнес-середовища, приймаючи ефективні управлінські рішення.
Основний фокус освітньо-професійної програми	Спрямована на формування загальнонаукових, спеціальних та, у підсумку, інтегральної компетентностей і програмних результатів навчання, які містяться у Стандарті вищої освіти України за спеціальністю, та додаткових спеціальних компетентностей і програмних результатів навчання за унікальними освітніми компонентами. Освітньо-професійною програмою передбачено поглиблені фахові знання з маркетингу та, зокрема, з Інтернет-маркетингу, при формуванні стратегій підприємства, веденні електронної комерції, проведенні маркетингових досліджень й аналітики, маркетингових комунікацій, використовуючи при цьому як традиційні маркетингові інструменти, так сучасні інструменти Інтернет-маркетингу.

	<i>Ключові слова:</i> маркетинг, ринок, маркетингова діяльність, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингова цінова політика, маркетингова політика збуту, маркетингова політика комунікацій, поведінка споживачів, Інтернет-маркетинг.
Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма орієнтована на глибоку спеціальну підготовку маркетологів, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища та науково-дослідної сфери. Освітньо-професійна програма передбачає формування у здобувачів освіти комплексу знань, умінь та навичок щодо використання маркетингу в діяльності підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності на ринку; практичну підготовку до роботи на підприємствах; підготовку фахівців, які здатні реалізовувати маркетингову програму, використовувати інформаційні технології в маркетинговій діяльності підприємства. Освітньо-професійна програма побудована на сучасному підході, реалізація котрого передбачає застосування в освітньому процесі новітніх технологій і сучасних методів навчання, залучення студентів не тільки до наукової роботи, а й практики діючих реальних підприємств для вирішення професійних завдань, пов'язаних із здійсненням та управлінням маркетинговою діяльністю, склад вибіркової частини освітньо-професійної програми періодично доповнюється відповідно до сучасних практик та тенденцій розвитку сфери Інтернет-маркетингу.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники освітньо-професійної програми «Маркетинг» можуть займати посади згідно із Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010» (зі змінами та доповненнями).
Подальше навчання	Здобуття вищої освіти на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоорієнтоване навчання, що проводиться у формі лекцій, практичних занять; консультацій з викладачами; виконання індивідуальних завдань, проєктів для самостійного опрацювання або командного вирішення ситуаційних завдань, кейсів з метою розвитку креативного мислення та вміння працювати у команді; ділових ігор, відкритих лекцій, тренінгів; виконання курсових робіт; навчальної та виробничої практик; зарахування результатів формального та інформального навчання; кваліфікаційного іспиту. Під час викладання передбачено використання підручників, навчальних посібників, конспектів лекцій, методичних рекомендацій, електронних навчальних курсів, розроблених педагогічними працівниками інституту, періодичних наукових видань та мережі Internet, дистанційних технологій, зокрема в освітньому процесі практикується дистанційне навчання через платформи Moodle і Zoom, а також самонавчання із використанням відкритих інформаційних ресурсів, статистичних баз, електронних навчально-методичних матеріалів у поєднанні із індивідуальним консультуванням

	викладачів в процесі підготовки студентів до занять.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за системою ECTS. Усні та письмові екзамени, заліки, контрольні роботи, тестування, поточне опитування, презентації результатів самостійної роботи, розрахунково-графічні роботи, індивідуальні завдання, проведення модульних контрольних робіт, захист звітів з практики, захист курсових робіт, атестація (кваліфікаційний іспит).
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. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недобросовісності.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	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 для аналітики даних, автоматизації маркетингових процесів та підвищення ефективності прийняття управлінських рішень. 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. СК15. Здатність використовувати Інтернет-технології (SEO, контекстну рекламу, соціальні медіа, email-маркетинг, веб-аналітику) для планування, реалізації та оцінки ефективності цифрових маркетингових кампаній. СК16. Здатність застосовувати інструменти нейромаркетингу для глибинного аналізу емоційних та когнітивних реакцій споживачів, інтерпретувати їх поведінкові патерни та розробляти ефективні маркетингові стратегії в умовах динамічного ринку. СК17. Здатність ідентифікувати та аналізувати поведінкові реакції споживачів із використанням базових інструментів нейромаркетингу, інтерпретувати отримані дані для виявлення споживчих мотивів і прийняття обґрунтованих маркетингових рішень в умовах мінливого ринкового середовища.
7 – Програмні результати навчання	
	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості

	поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 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. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПРН19. Визначати ефективність маркетингової діяльності будь-яких ринкових суб'єктів. ПРН20. Застосовувати сучасні Інтернет-технології в маркетинговій діяльності, включаючи інструменти цифрового маркетингу, соціальні медіа, SEO, контент-маркетинг та аналітику даних, для ефективного просування продуктів і послуг у цифровому середовищі. ПРН21. Застосовувати знання з поведінкової економіки та основ нейромаркетингу для аналізу споживчих реакцій на маркетингові стимули, інтерпретації їхніх мотивів і прийняття обґрунтованих рішень щодо розробки ефективних маркетингових комунікацій.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми	

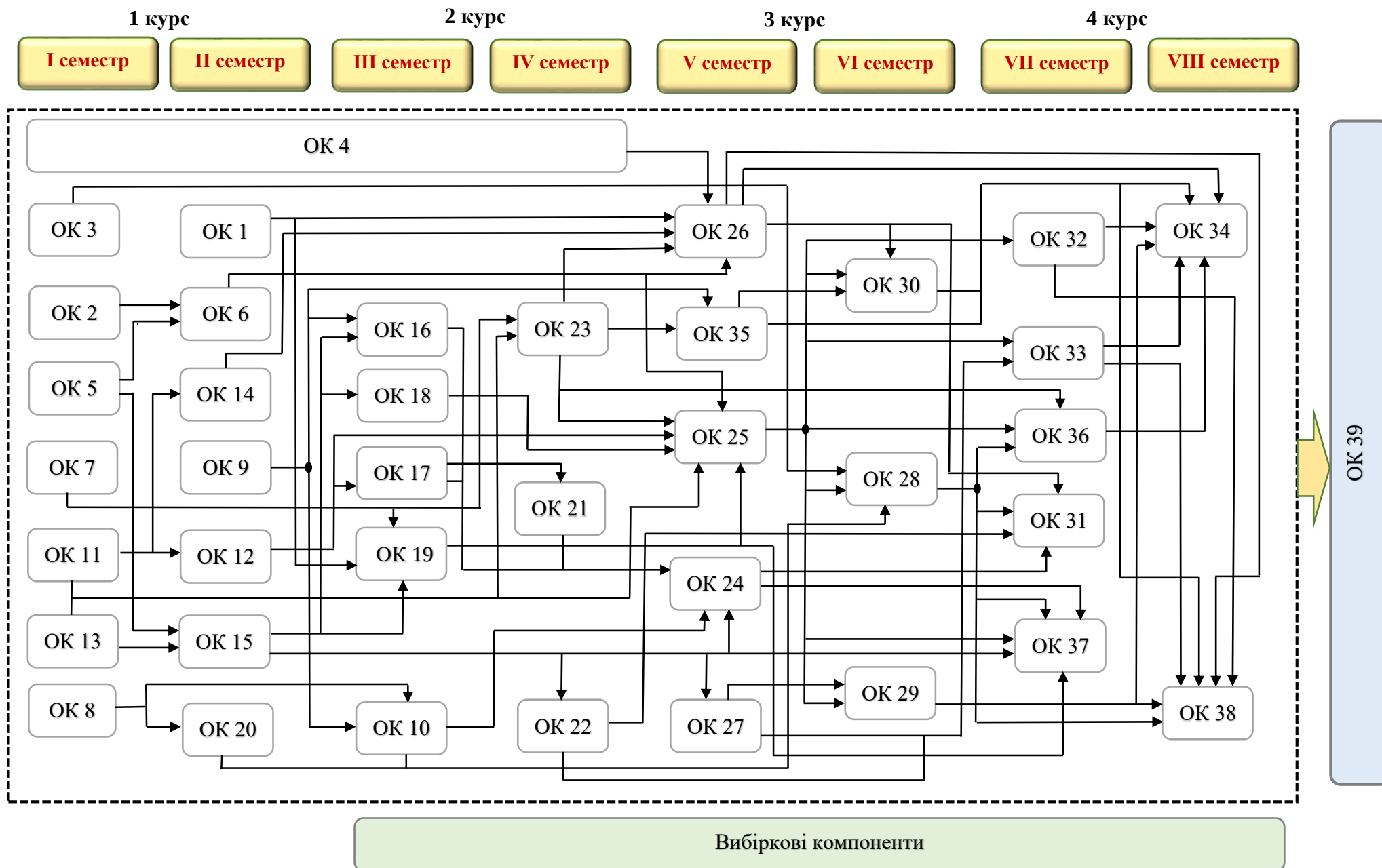
Кадрове забезпечення	Всі науково-педагогічні працівники, залучені до реалізації освітньо-професійної програми, мають науковий ступінь і/або вчене звання та підтверджений рівень наукової і професійної активності, що відповідає вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності та рекомендаціям Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти.
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними лабораторіями та спеціалізованими кабінетами з сучасною комп'ютерною технікою, обладнанням, мультимедійними засобами, необхідними для виконання навчального плану. Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Система дистанційного навчання забезпечення Moodle, робочі програми та силабуси дисциплін, методичні рекомендації та вказівки з вивчення дисциплін, написання курсових робіт, проходження виробничої практики, підготовки до атестаційного екзамєну. Офіційний вебсайт https://ifnnim.wunu.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Читальний зал бібліотеки забезпечений бездротовим доступом до мережі Інтернет. Усі ресурси бібліотеки доступні через сайту університету.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Відповідно до угод ЗУНУ.
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до угод ЗУНУ та угод про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до нормативно-правових документів.

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

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, атестаційний екзамен)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти			
Цикл загальної підготовки			
ОК 1	Українська мова за професійним спрямуванням	3	залік
ОК 2	Історія державності та культури України	4	екзамен
ОК 3	Фізичне виховання	3	залік
ОК 4	Англійська мова	6	залік, екзамен
ОК 5	Філософія	4	екзамен
ОК 6	Політологія	4	залік
ОК 7	Психологія професійної діяльності	4	екзамен
ОК 8	Вища математика та теорія ймовірностей	5	екзамен
ОК 9	Інформаційно-комунікаційні технології	5	екзамен
ОК 10	Статистика	4	екзамен
Цикл професійної підготовки			
ОК 11	Мікроекономіка	4	екзамен
ОК 12	Макроекономіка	4	екзамен
ОК 13	Господарське право	4	залік
ОК 14	Міжнародна економіка	4	екзамен
ОК 15	Підприємництво	4	екзамен
ОК 16	Бухгалтерський облік і оподаткування	5	екзамен
ОК 17	Фінанси	5	екзамен
ОК 18	Ринкова інфраструктура	5	екзамен
ОК 19	Менеджмент	5	екзамен
ОК 20	Економетрика	4	екзамен
ОК 21	Податкова система	4	екзамен
ОК 22	Інноваційна діяльність в бізнесі	5	екзамен
ОК 23	Поведінка споживача	5	екзамен
ОК 24	Фінансовий менеджмент	5	екзамен
ОК 25	Маркетинг	5	екзамен
ОК 26	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОК 27	Товарознавство	5	екзамен
ОК 28	Маркетингові дослідження та аналітика	5	екзамен
ОК 29	Економіка та організація торгівлі	5	екзамен
ОК 30	Маркетинг соціальних мереж	5	екзамен
ОК 31	Бізнес-планування	4	екзамен
ОК 32	Ціноутворення та цінова політика	4	екзамен
ОК 33	Маркетингова товарна політика	4	екзамен
ОК 34	Управління розподілом та продажами	5	екзамен
ОК 35	Інтернет-маркетинг	5	екзамен
ОК 36	Нейромаркетинг	5	екзамен
ОК 37	Міждисциплінарна курсова робота	3	захист
ОК 38	Виробнича практика	12	залік
ОК 39	Атестаційний екзамен	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	
Загальний обсяг вибіркового компонент		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «МАРКЕТИНГ»



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присвоєння кваліфікації: ступінь вищої освіти – Бакалавр, спеціальність Маркетинг, освітньо-професійна програма «Маркетинг».

Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та освітньо-професійної програмою.

6. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми «Маркетинг»

	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	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	OK 32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38	OK 39	
3K 1						+							+																										+	
3K 2	+	+	+																																					+
3K 3								+														+																		+
3K 4					+		+		+														+															+	+	
3K 5																			+																			+	+	
3K 6							+				+							+		+			+					+									+		+	
3K 7						+		+		+														+				+									+		+	
3K 8								+		+								+				+																+	+	
3K 9									+																													+		+
3K 10				+																																				+
3K 11							+													+							+												+	+
3K 12																				+							+											+	+	
3K 13														+																									+	+
3K 14						+									+					+			+		+	+											+	+	+	
3K 15					+		+																																	
CK 1	+														+				+						+	+			+									+	+	
CK 2													+																					+	+	+			+	+
CK 3												+								+					+				+					+				+		+
CK 4																										+	+	+		+	+	+		+	+	+			+	+
CK 5																											+		+	+	+	+	+		+	+			+	+
CK 6																												+	+		+	+						+	+	+
CK 7															+	+					+					+	+			+				+				+	+	
CK 8																			+						+							+	+					+	+	
CK 9																						+				+								+					+	
CK 10																+				+										+	+	+			+	+			+	+
CK 11											+			+				+	+				+		+				+				+					+	+	
CK 12																													+				+		+			+	+	+
CK 13																						+		+								+		+			+		+	
CK 14																																+		+	+	+			+	+
CK 15																																				+		+	+	+
CK 16																																				+	+	+		+
CK 17																																				+	+	+		+

**7. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами
освітньо-професійної програми «Маркетинг»**

	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	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38	ОК 39		
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	+	+			+								+																										+	+	
ПРН 19																							+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	
ПРН 20																																				+		+		+	
ПРН 21																																					+	+		+	