

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПВНЗ «МІЖНАРОДНИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АКАДЕМІКА СТЕПАНА ДЕМ'ЯНЧУКА»**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ**

**Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю: 075 Маркетинг
галузі знань: 07 Управління та адміністрування
кваліфікація: бакалавр маркетингу**



ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

**/ Віталій ДЕМ'ЯНЧУК /
(протокол № 1 від « 28 » 04 2022 р.)**

Освітня програма вводиться в дію з _____ 2022 р.

**Ректор _____ / Віталій ДЕМ'ЯНЧУК /
(наказ № 231/02 від « 29 » 04 2022 р.)**

Рівне 2022 р.

1. Профіль освітньої програми «Цифровий маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» Економічний факультет. Кафедра менеджменту.
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Цифровий маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	-
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень.
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мови викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	До повного завершення періоду навчання або наступного оновлення програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.megu.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка маркетологів, здатних вирішувати практичні проблеми та складні спеціалізовані задачі, що характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, у сфері цифрової маркетингової діяльності.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	07 «Управління та адміністрування». 075 «Маркетинг». Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. 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.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра орієнтована на формування загальних і спеціальних (фахових) компетентностей, що дозволяють розв'язувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у сфері цифрової маркетингової діяльності.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна вища освіта першого (бакалаврського) рівня у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, цифровий маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова стратегія, креативне мислення, латеральний маркетинг.
Особливості програми	Програма спрямована на глибоку спеціальну підготовку маркетологів, здатних розробляти ефективні управлінські рішення та використовувати цифрові технології в процесі провадження маркетингової діяльності; генерувати нові ідеї для розробки та реалізації маркетингових стратегій; застосовувати засвоєні знання та набуті навички у професійній діяльності. Передбачає практичну підготовку здобувачів вищої освіти на базі суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійна діяльність у сфері маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Випускники можуть працювати за професіями наведеними за кодом 2419.2 Класифікатору професій ДК 003:2010: - маркетолог (фахівець з методів розширення ринку збуту); - digital-маркетолог; - SMM-менеджер; - фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; - консультант з маркетингу; - бренд-менеджер; - рекламист. Місця працевлаштування: суб'єкти господарювання усіх форм власності та видів економічної діяльності.
Подальше навчання	Бакалавр має право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання та навчання здійснюється на засадах студентоцентрованого, проблемно-орієнтованого, міждисциплінарного підходів. Викладання проводиться з використанням інтерактивних методів навчання у вигляді лекційних, практичних, семінарських та лабораторних занять, консультацій, ознайомчої (маркетингової), виробничої та передатестаційної практик, підготовки курсової роботи.
Оцінювання	Поточне усне та письмове оцінювання, тестовий контроль, презентація індивідуальних робіт, есе, захист звітів з практик,

	підсумковий контроль (екзамени, заліки), захист курсової роботи та складання атестаційного екзамену.
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 (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 інноваційній 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 крос-функціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. P15. 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. P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень	

особистої професійної підготовки. P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. P19. Виявляти навички розробки та впровадження маркетингових стратегій у цифровому просторі. P20. Демонструвати вміння приймати обґрунтовані маркетингові рішення з врахуванням психологічної складової кожного з інструментів маркетингу.	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Реалізація програми забезпечується висококваліфікованими фахівцями, які мають досвід науково-дослідної, навчально-методичної та практичної роботи за спеціальністю 075 «Маркетинг» та відповідно до вимог Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти (постанова КМУ від 30.12.2015 р. №1187).
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти (навчальні корпуси, гуртожитки, тематичні кабінети, бібліотека, комп'ютерні класи, мультимедійне обладнання, спортивний зал, басейн).
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає вимогам, визначеним Ліцензійними умовами провадження освітньої діяльності закладів освіти (наявність у бібліотеці університету фахових періодичних видань відповідного або спорідненого профілю, наявність офіційного веб-сайту закладу освіти; наявність електронного ресурсу закладу освіти, який містить навчально-методичні матеріали з дисциплін навчального плану).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках міжуніверситетських договорів про встановлення науково-освітніх відносин для задоволення потреб розвитку освіти і науки.
Міжнародна кредитна мобільність	Університет прикладних наук імені Яноша Кодолані (Угорщина); Університет імені Марії Кюрі Склодовської, Великопольська Вища Школа Соціально-Економічна, Краківська Академія імені Анджея Фрича Моджевського, Університет Економіки в Бидгощі (Польща); Барановицький державний університет, Поліський державний університет (Білорусь); Економічний університет в Братиславі (Словаччина); Вища школа Вісмар, Університет прикладних наук технологій, бізнесу та дизайну (Німеччина); Університет імені Томаса Бата (Чехія)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Згідно з ліцензією передбачається підготовка іноземців та осіб без громадянства.

2. Перелік компонент ОПП та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент освітньої програми.

Код ОК	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньої програми			
ОК 1	Історія та культура України	3	екзамен
ОК 2	Правознавство	3	екзамен
ОК 3	Іноземна мова за професійним спрямуванням	8	екзамен
ОК 4	Українська мова за професійним спрямуванням	4	екзамен
ОК 5	Філософія	3	екзамен
ОК 6	Інформаційно-комунікаційні технології	4	залік
ОК 7	Економічна статистика	6	екзамен
ОК 8	Основи підприємництва	6	екзамен
ОК 9	Економічна теорія	9	екзамен
ОК 10	Основи веб-аналітики	4	залік
ОК 11	Господарське право	4	залік
ОК 12	Маркетинг	9	екзамен
ОК 13	Поведінка споживача	8	екзамен
ОК 14	Маркетингова політика розподілу	5	екзамен
ОК 15	Менеджмент	3	екзамен
ОК 16	Маркетингові комунікації	5	екзамен
ОК 17	Економіка та фінанси підприємства	4	екзамен
ОК 18	Ознайомча (маркетингова) практика	3	залік
ОК 19	Маркетинг послуг	6	екзамен
ОК 20	Реклама та просування товару	6	екзамен
ОК 21	Маркетингова товарна політика	3	екзамен
ОК 22	Основи наукових досліджень та академічна добросесність	3	екзамен
ОК 23	Digital-маркетинг	6	екзамен
ОК 24	Маркетингові дослідження	4	екзамен
ОК 25	Брендинг	4	екзамен
ОК 26	Основи веб-дизайну	3	екзамен
ОК 27	Виробнича практика	6	залік
ОК 28	Курсова робота з ОК 24 "Маркетингові дослідження"	3	залік
ОК 29	Економічний аналіз	6	екзамен
ОК 30	SMM для бізнесу	5	екзамен
ОК 31	Маркетинг-менеджмент	6	екзамен
ОК 32	Контент-маркетинг	5	екзамен
ОК 33	Психологія маркетингу та реклами	4	екзамен
ОК 34	Передатестаційна практика	9	залік
ОК 35	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ОК 36	Латеральний маркетинг	3	екзамен
ОК 37	Атестаційний екзамен	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	

Вибіркові компоненти освітньої програми			
	1. Вибір за блоками		
	Вибірковий блок 1		
ВК 1.1	Маркетинг закупівель	4	залік
ВК 1.2	Маркетингове ціноутворення	4	залік
ВК 1.3	Управління продажами	4	залік
ВК 1.4	Маркетинг державних та некомерційних організацій	4	залік
ВК 1.5	Логістика	4	залік
ВК 1.6	Мерчандайзинг	4	залік
ВК 1.7	Промисловий маркетинг	4	залік
ВК 1.8	Маркетинговий аудит	4	залік
ВК 1.9	Міжнародний маркетинг	4	залік
	Вибірковий блок 2		
ВК 2.1	Організація та нормування праці	4	залік
ВК 2.2	Операційний менеджмент	4	залік
ВК 2.3	Управління персоналом	4	залік
ВК 2.4	Організаційна теорія та дизайн	4	залік
ВК 2.5	Організаційні комунікації	4	залік
ВК 2.6	Бізнес-планування	4	залік
ВК 2.7	Теорія лідерства	4	залік
ВК 2.8	Стратегічне управління	4	залік
ВК 2.9	Управління якістю	4	залік
	Вибірковий блок 3		
ВК 3.1	Товарознавство	4	залік
ВК 3.2	Економіка та організація торгівлі	4	залік
ВК 3.3	Організація біржової діяльності	4	залік
ВК 3.4	Електронна комерція	4	залік
ВК 3.5	Зовнішньоекономічна діяльність та митна справа	4	залік
ВК 3.6	Електронні платіжні системи	4	залік
ВК 3.7	Психологія продажів	4	залік
ВК 3.8	Інноваційне підприємництво та управління стартапами	4	залік
ВК 3.9	Економічна безпека	4	залік
	Вибірковий блок 4		
ВК 4.1	Дисципліна на вибір 3 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.2	Дисципліна на вибір 4 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.3	Дисципліна на вибір 5 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.4	Дисципліна на вибір 6 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.5	Дисципліна на вибір 7 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.6	Дисципліна на вибір 7 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.7	Дисципліна на вибір 7 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.8	Дисципліна на вибір 8 семестру (1 дисципліна)	4	залік
ВК 4.9	Дисципліна на вибір 8 семестру (1 дисципліна)	4	залік
	2. Вибір з переліку		
ВК 10	Дисципліна на вибір 3 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 11	Дисципліна на вибір 4 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 12	Дисципліна на вибір 5 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 13	Дисципліна на вибір 5 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 14	Дисципліна на вибір 6 семестру (1 дисципліна)	3	залік

ВК 15	Дисципліна на вибір 6 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 16	Дисципліна на вибір 7 семестру (1 дисципліна)	3	залік
ВК 17	Дисципліна на вибір 8 семестру (1 дисципліна)	3	залік
	Загальний обсяг вибіркових компонент	60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

2.2. Структурно-логічна схема підготовки бакалавра за освітньою програмою «Цифровий маркетинг»

1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
		Менеджмент	Маркетинг послуг	Брендинг	Економічний аналіз	Маркетинг-менеджмент	Атестаційний екзамen
Економічна теорія		Економіка та фінанси підприємства	Реклама та просування товару	Digital-маркетинг	SMM для бізнесу	Психологія маркетингу та реклами	Стратегічний маркетинг
Основи підприємництва	Маркетинг	Маркетингові комунікації	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	Маркетингові дослідження	Курсова робота з ОК 24 "Маркетингові дослідження"	Контент-маркетинг	Латеральний маркетинг
Інформаційно-комунікаційні технології	Поведінка споживача	Маркетингова політика розподілу	Ознайомча (маркетингова) практика		Виробнича практика		Переддипломна практика
Економічна статистика	Основи веб-аналітики	Українська мова за професійним спрямуванням	Маркетингова товарна політика	Основи веб-дизайну			
Іноземна мова за професійним спрямуванням				Філософія		Вибірковий компонент блоку	
Правознавство	Господарське право			Вибірковий компонент блоку	Вибірковий компонент блоку	Вибірковий компонент блоку	Вибірковий компонент блоку
Історія та культура України		Вибірковий компонент блоку	Вибірковий компонент блоку	Вибірковий компонент кошику	Вибірковий компонент кошику	Вибірковий компонент блоку	Вибірковий компонент блоку
		Вибірковий компонент кошику	Вибірковий компонент кошику	Вибірковий компонент кошику	Вибірковий компонент кошику	Вибірковий компонент кошику	Вибірковий компонент кошику

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувача вищої освіти ступеня бакалавра за освітньо-професійною програмою «Цифровий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснюється у формі складання атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації бакалавра маркетингу.

Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійною програмою «Цифровий маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито та публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37			
3K1	●	●									●																													
3K2	●				●	●			●			●										●																		
3K3					●		●		●	●												●					●			●										
3K4					●	●																●					●													
3K5															●																			●						
3K6												●		●				●			●		●							●	●				●	●				
3K7			●	●			●			●								●					●				●	●		●						●	●			
3K8					●																	●		●			●	●	●		●			●			●			
3K9						●	●			●							●						●				●			●	●		●	●						
3K10			●																																					
3K11															●	●																●		●		●				
3K12					●				●							●	●							●					●					●	●		●			
3K13		●	●			●					●					●																●		●			●			
3K14	●	●			●			●			●																													
CK1												●	●	●		●			●	●	●				●										●			●		
CK2												●										●							●			●								
CK3										●		●						●						●		●	●		●		●				●					
CK4												●	●	●				●	●	●	●				●	●	●	●				●	●	●		●	●	●		
CK5														●		●			●		●	●		●	●	●	●	●			●	●	●	●	●					
CK6					●	●	●			●									●			●			●		●	●	●						●					
CK7							●		●						●		●							●		●		●	●						●	●				
CK8								●			●			●							●	●		●		●	●		●		●	●	●			●				
CK9						●		●		●											●	●		●		●	●				●	●		●				●		
CK10						●	●			●					●	●							●	●	●	●			●	●		●		●						
CK11								●	●			●	●								●	●		●	●	●			●				●	●	●	●				
CK12						●	●												●				●		●				●					●					●	
CK13			●		●			●			●	●			●	●	●															●	●	●	●		●			
CK14																							●						●			●					●	●	●	

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентам освітньої програми

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12	OK13	OK14	OK15	OK16	OK17	OK18	OK19	OK20	OK21	OK22	OK23	OK24	OK25	OK26	OK27	OK28	OK29	OK30	OK31	OK32	OK33	OK34	OK35	OK36	OK37		
P1												●	●	●		●			●	●	●		●		●					●		●	●				●		
P2							●	●	●	●		●	●				●	●					●	●	●	●		●	●	●			●	●		●		●	
P3												●						●	●			●	●			●		●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	
P4							●	●		●		●			●			●	●						●			●	●	●	●		●		●	●	●	●	●
P5							●					●	●	●					●						●			●	●	●	●		●		●			●	●
P6												●	●	●	●	●	●		●	●	●	●			●			●	●	●	●		●			●		●	●
P7						●				●						●								●			●					●		●					
P8								●		●														●			●					●				●	●		
P9								●		●	●					●									●					●			●			●	●	●	●
P10						●										●						●		●								●			●		●	●	
P11									●			●			●	●					●	●		●								●			●			●	●
P12					●													●					●		●				●					●	●		●		
P13		●						●			●					●	●	●				●						●				●			●	●	●	●	
P14																●	●		●						●			●	●			●			●		●		
P15	●	●			●						●	●				●							●											●		●	●		
P16																●			●										●							●			●
P17			●	●																																			
P18	●	●			●						●												●																●
P19														●							●	●		●		●	●					●		●		●			
P20													●		●						●	●		●		●	●					●		●	●		●		●

6. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (за 6-м рівнем, бакалаврським)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	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	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	К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		Ум1	К1	
ЗК4	Зн1	Ум1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	Зн2			
ЗК7	Зн1	Ум1		
ЗК8		Ум1		
ЗК9		Ум1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	Зн2	Ум1		
ЗК14		Ум1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності				
СК1	Зн1		К1	
СК2	Зн2	Ум1	К1	
СК3		Ум1	К1	
СК4	Зн2		К1	АВ2
СК5	Зн2	Ум1		
СК6	Зн2	Ум1	К1	
СК7	Зн2	Ум1	К1	
СК8	Зн2	Ум1	К1	АВ1
СК9	Зн1		К1	
СК10	Зн1	Ум1		
СК11	Зн2	Ум1	К1	
СК12		Ум1	К2	АВ1
СК13		Ум1	К1	АВ1
СК14		Ум1	К1	АВ1

7. Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

	Інтегральна компетентність	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14
P1	•						•									•	•												
P2	•			•			•	•	•	•								•								•			•
P3	•							•						•					•					•	•				
P4	•								•	•								•			•	•							•
P5	•			•			•														•	•					•		•
P6	•			•			•	•	•										•	•	•	•					•		•
P7	•									•										•	•								•
P8	•			•	•		•	•								•				•				•	•		•		•
P9	•						•	•														•			•		•		•
P10	•								•	•	•							•			•							•	•
P11	•			•			•	•				•	•							•	•		•				•	•	•
P12	•				•			•										•		•									
P13	•					•									•								•						•
P14	•				•	•		•				•							•										•
P15	•	•	•											•	•													•	
P16	•				•		•								•				•	•									•
P17	•										•					•											•		
P18	•	•	•												•														

8. Перелік нормативних документів

1. Закон «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Закон «Про вищу освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти //URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>.

Корисні посилання:

7. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG) // URL: http://ihed.org.ua/images/pdf/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf.
8. Data for Sustainable Development Goals. ISCED (МСКО) 2011 //URL: <http://www.uis.unesco.org/education/documents/isced-2011-en.pdf>.
9. Data for Sustainable Development Goals. ISCED-F (МСКО-Г) 2013 // URL: <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-fields-of-education-training-2013.pdf>.
10. Data for Sustainable Development Goals 2021 // URL: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2021/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2021.pdf>.
11. Міністерство освіти і науки України: офіційний сайт // URL: <https://mon.gov.ua/ua>
12. Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти: офіційний сайт // URL: <https://naqa.gov.ua/>