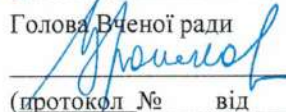




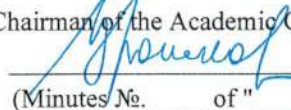
ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова Вченої ради

 Михайло БРОШКОВ
(протокол № _____ від _____ 2026 р.)

APPROVED BY THE ACADEMIC COUNCIL

Chairman of the Academic Council

 Mykhailo BROSHKOV
(Minutes №. _____ of "____" _____ 2026 y.)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА/ EDUCATIONAL-
PROFESSIONAL PROGRAMME

ЄДЕБО ID: 89376

«MARKETING»/ «МАРКЕТИНГ»

Другого (магістерського) рівня
вищої освіти

Second (Master's) level of higher
education

Галузі знань D

«Бізнес, адміністрування та право»

Fields of knowledge D

«Business, Administration and Law»

За спеціальністю D5 «Маркетинг»

By specialty D5 «Marketing»

Освітня кваліфікація: Магістр маркетингу

Educational qualification: Master of
Marketing

Професійна кваліфікація (за наявності):

Professional qualification (if any):

—

—

Освітня програма

Вводиться в дію з «01» вересня 2026р.

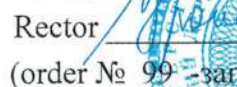
Ректор  Михайло БРОШКОВ
(наказ № 99-зар від «27» квітня 2026 р.)



Одеса 2026

Educational programme

Is implemented from «01» September 2026 y

Ректор  Mykhailo BROSHKOV
(order № 99-zar of «27» April 2026 y)



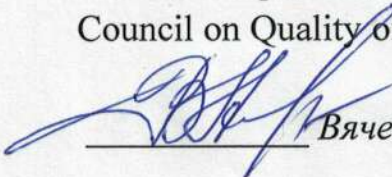
Odesa 2026

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ/ LETTER OF AGREEMENT
Освітньо-професійної програми/ Educational-Professional Programme
«МАРКЕТИНГ»/ «MARKETING»

1. Координаційна рада з питань якості освіти/Coordination Council on Quality of Education:

Протокол № 7 від «14» квітня 2026 р./ Minutes No. 7 of «14» April 2026.

Голова координаційної ради з питань якості освіти/ Head of the Coordination Council on Quality of Education

 Вячеслав СЕДОВ / Vyacheslav SEDOV «14» квітня 2026 р.

2. Погоджено/Agreed:

Керівник навчально-методичного відділу/ Head of the Educational and Methodological Department

 Анастасія ГОЛОВАТЕНКО / Anastasiia HOLOVATENKO
«14» квітня 2026 р.

3. Вчена рада факультету економіки та управління/

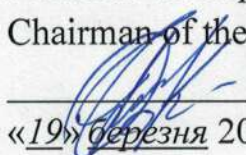
Academic Council of Faculty of Economics and Management

Протокол № 6 від «19» березня 2026 р.

Minutes № 6 of «19» March 2026

Голова вченої ради факультету економіки та управління

Chairman of the Academic Council of Faculty of Economics and Management

 Марина КАЛЮЖНА/ Maryna KALYUZHNA
«19» березня 2026 р.

Розробники :

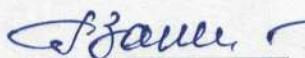
Керівник проєктної групи

1. Ольга ЄВТУШОК, к.е.н, доцент кафедри менеджменту/Olha YEVTUSHOK,
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management

 «09» лютого 2026 р.

Члени проєктної групи / Members of the project team:

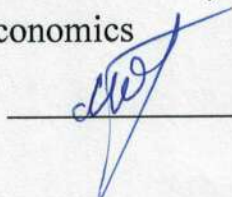
2. Галина ЗАПША, завідувач кафедри менеджменту, д.е.н., професор/ Halyna
ZAPSHA, Head of the Department of Management, Doctor of Economics, Professor

 «09» лютого 2026 р.

3. Ганна ДІДУР, доцент кафедри менеджменту, к.е.н, доцент/ Hanna DIDUR,
Associate Professor of the Department of Management, PhD in Economics

 «09» лютого 2026 р.

4. Оксана МЕЛЬНИЧУК, доцент кафедри менеджменту, к.е.н, доцент/ Oksana
MELNYCHUK, Associate Professor of the Department of Management, PhD in
Economics

 «09» лютого 2026 р.

ВРАХОВАНО : / CONSIDERED:

Фахову експертизу

Лагодієнко В.В., д.е.н., професор завідувач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеського національного технологічного університету

Соколюк К.Ю., к.е.н., доцент, докторант, старший науковий співробітник, т.в.о. відділу ринкових механізмів та структур ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»

Сахацький П.М., керівник продуктового маркетингу компанії Readdle Labs (London, UK)

Під час розроблення ОПП враховано норми Стандарту вищої освіти України другого (магістерського) рівня вищої освіти, галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого та введеного в дію наказом МОН України № 960 від 10.07.2019 р. ОПП обговорено після надходження всіх побажань і пропозицій від здобувачів і стейкхолдерів та схвалено на засіданні кафедри, протокол №7 від 09.02.2026 р

PROFESSIONAL ASSESSMENT

Lagodienko V.V., Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Marketing, Entrepreneurship and Trade, Odesa National University of Technology.

Sokoliuk K.Y., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Doctoral Student, Senior Researcher, Acting Head of the Department of Market Mechanisms and Structures, State Institution “Institute of Market and Economic-Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine”.

Sakhatskyi P.M., Head of Product Marketing at Readdle Labs (London, UK).

During the development of the Educational and Professional Program (EPP), the provisions of the Higher Education Standard of Ukraine for the second (Master's) level of higher education in the field of knowledge 07 “Management and Administration”, specialty 075 “Marketing”, approved and enacted by the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 960 dated July 10, 2019, were taken into account.

The EPP was discussed after receiving all comments and proposals from students and graduates and was approved at the meeting of the department (Protocol No. 7 dated February 9, 2026).

1.ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / EDUCATIONAL PROGRAMME PROFILE

1– Загальна інформація / General information		
Офіційна назва	Маркетинг	Marketing
Цикл, рівень ВО/Education cycle, level of HE	НРК України – 7 рівень (Постанова КМУ від 23 листопада 2011 р. № 1341, зі змінами та доповненнями від 25.06. 2020 р. № 519), FQ -EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень	National Qualifications Framework (NQF) of Ukraine – Level 7 (Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated November 23, 2011, No. 1341, as amended and supplemented on June 25, 2020, No. 519), FQ-EHEA – Second Cycle, EQF-LLL – Level 7.
Галузь знань та спеціальність, спеціалізація та предмет спеціалізації / Field of knowledge and specialty, specialisation and subject of specialisation (if any)	«Бізнес, адміністрування та право» (D) Маркетинг (D5)	Business, Administration and Law (D) Marketing (D5)
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації /Higher education degree and qualification title	Ступінь вищої освіти – Магістр Магістр маркетингу	Degree of Higher Education – Master’s Degree Master of Marketing
Тип диплому та обсяг ОП/Diploma type and EP scope	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС; термін навчання – 1 рік 4 місяці	Master's degree, single, 90 ECTS credits; term of study –1 year 4 months
Наявність акредитації/ Prior accreditation	–	–
Передумови/ Prerequisites	Наявність освітнього ступеня «Бакалавр», ОКР «Спеціаліст»	Possession of an educational degree «Bachelor», «Specialist»
Форми здобуття освіти/ Forms of Education	Денна/заочна	full-time / part-time
Мова(и) викладання / Language(s) of instruction	Українська	Ukrainian
Професійна кваліфікація/ Professional qualification	–	–
Інтернет-адреса розміщення ОП /URL of the educational program	https://osau.edu.ua/pro-universytet/pratsivnykam/osvitni-programy/op-	https://osau.edu.ua/pro-universytet/pratsivnykam/osvitni-programy/op-marketyng/

	marketyng/	
2– Цілі освітньої програми / Goals of the educational programme		
Метою освітньої програми є підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасними теоретичними знаннями, здатні до стратегічного та креативного мислення, діють соціально відповідально та спроможні ідентифікувати й ефективно розв'язувати складні задачі і проблеми маркетингової діяльності із застосуванням інноваційних маркетингових методів та інструментів.		The aim of the educational program is to train highly qualified and competitive marketing professionals who possess up-to-date theoretical knowledge, demonstrate strategic and creative thinking, act in a socially responsible manner, and are capable of identifying and effectively solving complex problems and challenges in marketing activities through the application of innovative marketing methods and tools.
3 – Характеристика освітньої програми/ Educational programme characteristics		
Предметна область		
Галузь знань – D «Бізнес, адміністрування та право» Спеціальність – D5 Маркетинг Об'єктами вивчення та професійної діяльності є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, здатних ідентифікувати та розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, 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 дослідження маркетингового середовища; професійні аналітичні та прогностичні методики, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності; методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретації його результатів; методи діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта;		Field of Study – D «Business, Administration, and Law» Major – D5 Marketing The focus of study and professional practice is marketing as a form of interaction among market participants aimed at satisfying their economic and social interests. Learning objectives: to train specialists capable of identifying and solving complex tasks and problems in the field of marketing or in the learning process, which involve conducting research and/or implementing innovations and are characterized by uncertainty in conditions and requirements. Theoretical content of the subject area: the essence of marketing as a modern concept of business management; the conceptual framework, principles, functions, and concepts of marketing and their historical background; the specific nature of market participants' activities in various sectors and on different types of markets; the content of marketing activities, the development of marketing strategies, and the formulation of management decisions in the field of marketing. Methods, techniques, and technologies: general scientific and specialized methods for researching the marketing environment; professional analytical, predictive, and strategic

технології розробки маркетингового комплексу та крос-функціонального управління; методики оцінювання результативності та ефективності функціонування системи маркетингу; технології обґрунтування маркетингових рішень в умовах невизначеності. Інструментарій та обладнання: сучасне інформаційно-комунікаційне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, що застосовуються в маркетингу для прийняття та імплементації управлінських рішень, а також спеціалізоване програмне забезпечення для збору, обробки та аналізу великих масивів даних.	techniques necessary to ensure effective marketing activities; methods of strategic marketing analysis and interpretation of its results; methods for diagnosing the marketing activities of a market entity; technologies for developing a marketing mix and cross-functional management; methodologies for evaluating the effectiveness and efficiency of the marketing system; technologies for justifying marketing decisions under conditions of uncertainty. Tools and equipment: modern information and communication equipment, universal and specialized information systems and software products used in marketing for making and implementing management decisions, as well as specialized software for collecting, processing, and analyzing large data sets
Орієнтація ОП / Aspect	
Освітньо-професійна	Educational and professional
Основний фокус ОП / Main focus	
Спеціальна освіта в галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг». Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спрямована на підготовку конкурентоспроможних фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та здатні розв'язувати складні задачі і проблеми маркетингової діяльності, приймати стратегічні рішення та забезпечувати ефективну взаємодію суб'єктів ринкових відносин в умовах невизначеності. Особлива увага приділяється розвитку здатності до проведення самостійних теоретичних та прикладних досліджень, інтерпретації їх результатів, генерації нових ідей (креативності), здійснення інновацій та розробці маркетингових проєктів і управління ними. Програма фокусується на формуванні інтегрованих маркетингових компетентностей, що поєднують здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення стратегічного аналізу та прогнозування, а також вибору ефективних засобів управління маркетингом на різних рівнях: від окремого підрозділу до розгалуженої мережі. Програма забезпечує опанування навичок використання сучасних інформаційних систем, спеціалізованого програмного забезпечення для аналізу даних та методів міжособистісної	Specialized education in Field D “Business, Administration, and Law,” major D5 “Marketing.” The “Marketing” educational and professional program is designed to train a new generation of specialists who possess modern economic thinking and are capable of solving complex tasks and problems in marketing, making strategic decisions, and ensuring effective interaction among market participants under conditions of uncertainty and changing requirements. Particular attention is paid to developing the ability to conduct independent theoretical and applied research, interpret its results, generate new ideas (creativity), implement innovations, and develop and manage marketing projects. The program focuses on developing integrated marketing competencies that combine the ability to diagnose a market entity’s marketing activities, conduct strategic analysis and forecasting, and select effective marketing management tools at various levels: from a single department to a complex network. The program ensures the mastery of skills in using modern information systems, specialized software for data analysis, and methods of

взаємодії у професійному середовищі. Програма включає комплекс професійно-орієнтованих дисциплін, що охоплюють зміст парадигми маркетингового менеджменту, розробку та реалізацію маркетингових стратегій з урахуванням міжфункціональних зв'язків, управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями, управління проєктами, а також оцінювання результативності та ефективності маркетингової діяльності. Програма гарантує інтеграцію концептуальних знань на рівні новітніх досягнень із практичними інструментами сучасного маркетингу для задоволення економічних та соціальних інтересів суб'єктів ринку в контексті сталого розвитку. Ключові слова: маркетинг, маркетинговий менеджмент, маркетингові стратегії, маркетингові дослідження, управління продуктом, клієнтська цінність, інновації в маркетингу, соціально-відповідальний маркетинг, маркетингова політика, агробізнес, інтегровані маркетингові комунікації, інформаційні системи та технології, результативність маркетингу.	interpersonal interaction in a professional environment. The program includes a range of professionally oriented courses covering the development and implementation of marketing strategies with an emphasis on cross-functional relationships, the design of marketing systems, the management of marketing communications, and the evaluation of the effectiveness and efficiency of marketing activities. The program ensures the integration of conceptual knowledge at the level of the latest advancements with practical tools of modern marketing to meet the economic and social interests of market participants in the context of sustainable development. Keywords: marketing, marketing activities, marketing strategy, marketing research, marketing management, marketing analysis, marketing innovation, market participant, strategic management, consumer behavior, marketing communications, marketing effectiveness.
Особливості ОП / Features	
1. В освітній процес інтегровано сучасні підходи до маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин, включаючи маркетингові стратегії розвитку бізнесу, управління продуктом та клієнтською цінністю, управління маркетинговими проєктами, маркетинговий аналіз та прогнозування. Програма забезпечує формування системного бачення маркетингових процесів у контексті сталого розвитку, цифрової трансформації та задоволення економічних і соціальних інтересів суб'єктів ринку. 2. Програма спрямована на розвиток креативного та інноваційного потенціалу здобувачів, їх здатності до генерування нових ідей, проведення самостійних теоретичних і прикладних досліджень та ініціювання власних проєктів у сфері маркетингу в умовах невизначеності зовнішнього середовища. Це забезпечується використанням відповідних освітніх компонент і методик викладання, що формують здатність до управління маркетинговою діяльністю та застосування творчого підходу до роботи за фахом. 3. Програма формує інтегровані маркетингові компетентності, які дозволяють випускникам ефективно працювати в різних секторах економіки та взаємодіяти з	1. The educational process incorporates modern approaches to marketing as a form of interaction among market participants, including strategic marketing, marketing project management, marketing analysis, and forecasting. The program fosters a systematic understanding of marketing processes within the context of sustainable development, digital transformation, and the fulfillment of the economic and social interests of market participants. 2. The program is aimed at developing students' creative and innovative potential, their ability to generate new ideas, conduct independent theoretical and applied research, and initiate their own projects in the field of marketing under conditions of uncertainty. This is achieved through the use of appropriate educational components and teaching methods that stimulate the ability to analyze marketing activities and apply a creative approach to professional work. 3. The program develops integrated marketing competencies that enable graduates to work effectively in various

представниками різних професійних груп. Водночас програма має галузеву орієнтацію на аграрний сектор, що відображено у змісті освітніх компонент, практичній підготовці та компетентностях щодо вибору ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта з урахуванням специфіки агробізнесу та аграрної політики. 4.Здобувачі отримують практико-орієнтовану підготовку з урахуванням соціально-економічних особливостей Півдня України та потреб регіонального бізнес-середовища, аграрних холдингів, логістичних компаній та маркетингових агенцій. Це забезпечується використанням сучасних інформаційних систем і спеціалізованого програмного забезпечення для збору та аналізу даних. Університет підтримує партнерство з підприємствами регіону, а також органами місцевого самоврядування, що сприяє проходженню практики, залученню роботодавців до освітнього процесу та гарантує високий рівень працевлаштування випускників.	sectors of the economy and interact with representatives of different professional groups. At the same time, the program has an industry focus on the agricultural sector, which is reflected in the content of educational components, practical training, and competencies regarding the selection of effective means of managing a market entity's marketing activities, taking into account the specifics of agribusiness and agricultural policy. 4. Students receive practice-oriented training that takes into account the socioeconomic characteristics of southern Ukraine and the needs of the regional business community, agricultural holdings, logistics companies, and marketing agencies. This is achieved through the use of modern information systems and specialized software for data collection and analysis. The university maintains partnerships with regional businesses as well as local government bodies, which facilitates internships, involves employers in the educational process, and ensures a high employment rate for graduates.
4- Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання / Eligibility of graduates for employment and further study	
<i>Придатність до працевлаштування/ Eligibility for employment</i>	
У відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010 магістр маркетингу може обіймати посади: Керівники підприємств, установ та організацій; Директор (керівник) з маркетингу; Керівники підрозділів маркетингу, реклами та зв'язків з громадськістю; Начальник відділу маркетингу; Начальник відділу реклами; Начальник відділу збуту (маркетингу); Керівники проєктів та програм у сфері маркетингу; Менеджер (управитель) з маркетингу; Менеджер (управитель) з реклами; Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; Менеджер (управитель) із збуту; Менеджер (управитель) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки; Консультант з маркетингу; Економіст з маркетингу; Аналітик з дослідження товарного ринку; Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); Фахівець з інтерв'ювання; Консультант з ефективності підприємництва у сфері маркетингу; Професіонал з маркетингу, торгівлі та експорту; Менеджер (управитель) в оптовій та роздрібній торгівлі; Менеджер (управитель) із комунікаційних технологій;	In accordance with the National Classification of Occupations DK 003:2010, a Master of Marketing may hold the following positions: Heads of enterprises, institutions, and organizations; Director (Head) of Marketing; Heads of marketing, advertising, and public relations departments; Head of the Marketing Department; Head of the Advertising Department; Head of the Sales (Marketing) Department; Project and Program Managers in the field of marketing; Marketing Manager; Advertising Manager; Public Relations Manager; Sales Manager; Market Research and Public Opinion Research Manager; Marketing Consultant; Marketing Economist; Product Market Research Analyst; Market Expansion Specialist (Marketer); Interview Specialist; Business Efficiency Consultant in Marketing; Marketing, Trade, and Export Professional; Manager (Administrator) in Wholesale and Retail Trade; Manager (Administrator) of

Менеджер (управитель) із соціальної та корпоративної відповідальності; Менеджер (управитель) бренду; Фахівець з цифрового маркетингу (Digital-маркетолог); Менеджер (управитель) з логістики; інші керівні та аналітичні посади у сфері маркетингової діяльності.	Communication Technologies; Manager (Administrator) of Social and Corporate Responsibility; Brand Manager; Digital Marketing Specialist (Digital Marketer); Logistics Manager; other managerial and analytical positions in the field of marketing.
Подальше навчання / Further study	
Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.	They are eligible to continue their studies at the third (research) level of higher education – the Doctor of Philosophy degree. They may also pursue additional qualifications through postgraduate education.
5- Викладання та оцінювання / Teaching and assessment	
Викладання та навчання / Teaching and learning	
Викладання побудоване на принципах студентоцентрованого навчання, партнерства «викладач-здобувач», що засноване на комунікативній та міжособистісній взаємодії, взаємоповазі та наявності єдиної мети – підготовка магістрів маркетингу нової якості, здатних до критичного мислення та креативного розв’язання професійних задач. Основними формами здобуття вищої освіти є: інституційна (очна (денна), заочна, дистанційна, змішана) та дуальна. Освітній процес здійснюється за формами: навчальні заняття (лекції, лабораторні, практичні, семінарські, індивідуальні заняття, консультації); самостійна робота; практична підготовка (виробнича переддипломна практика); контрольні заходи (заліки, іспити, модульні контрольні роботи, захисти звітів з практики і курсових робіт, атестація у вигляді захисту кваліфікаційної роботи магістра). Викладання здійснюється з широким використанням як традиційних, так і інтерактивних методів навчання (кейс-метод, ділові ігри, командна робота, професійні тренінги, аналітично-розрахункові завдання, майстер-класи практиків маркетингу, дискусійний клуб, мозковий штурм, імітаційне моделювання маркетингових ситуацій та інші).	Teaching is based on the principles of student-centered learning and a “teacher-student” partnership founded on communicative and interpersonal interaction, mutual respect, and a shared goal: to train a new generation of marketing professionals capable of critical thinking and creative problem-solving in their field. The main forms of higher education are: institutional (full-time, part-time, distance learning, blended) and dual. The educational process is carried out through the following forms: instructional sessions (lectures, laboratory work, practical sessions, seminars, individual sessions, consultations); independent study; practical training (pre-graduation internship); assessment activities (quizzes, exams, module tests, defenses of internship reports and term papers, and the defense of a master’s thesis). Teaching is conducted with extensive use of both traditional and interactive teaching methods (case method, business games, teamwork, professional training, analytical and computational tasks, master classes by marketing practitioners, discussion club, brainstorming, simulation modeling of marketing situations, and others).
Оцінювання / Assessment	
Поточний контроль – усні опитування, поточні контрольні роботи, оцінка рефератів, презентацій, індивідуальних розрахункових завдань тощо. Модульний контроль – модульні контрольні	Formative assessment – oral quizzes, formative tests, evaluation of term papers, presentations, individual calculation assignments, etc. Modular assessment – modular tests.

роботи. Семестровий контроль – іспити, заліки, захист звітів з практики, захист курсових робіт. Атестація – публічний захист кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «магістр». Передбачена накопичувальна система оцінювання знань за освітніми компонентами.	Semester assessment – exams, quizzes, defense of practicum reports, defense of term papers. Graduation – public defense of a thesis for the degree of “Master.” A cumulative grading system based on educational components is in place.
6- Програмні компетентності / Programme competencies	
<i>Інтегральна компетентність / Integral competence</i>	
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.	ІС - The ability to solve complex marketing problems and challenges in professional practice or during the learning process, which involves conducting research and/or implementing innovations and is characterized by uncertainty regarding conditions and requirements.
<i>Загальні компетентності (ЗК) / General Competencies (GC)</i>	
Компетентності, визначені стандартом вищої освіти	Competencies defined by the standard of higher education
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.	GC1. The ability to make informed decisions.
ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	GC2. The ability to generate new ideas (creativity).
ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.	GC3. The ability to assess and ensure the quality of the work performed.
ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.	GC4. The ability to adapt and act in new situations.
ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.	GC5. Interpersonal communication skills.
ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.	GC6. The ability to search for, process, and analyze information from various sources.
ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.	GC7. Ability to take initiative and demonstrate resourcefulness
ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.	GC8. The ability to develop and manage projects.
<i>Спеціальні компетентності (СК) / Special competencies (SC)</i>	
СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.	SC1. The ability to logically and consistently apply and put into practice knowledge of the latest marketing theories, methods, and techniques.
СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.	SC2. The ability to accurately interpret the findings of recent theoretical research in the field of marketing and apply them in practice.
СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.	SC3. The ability to conduct independent research and interpret its results in the field of marketing.
СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.	SC4. The ability to apply a creative approach to work in one's field.
СК5. Здатність до діагностування	SC5. The ability to assess a market

маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.	participant's marketing activities, conduct marketing analysis, and make forecasts.
СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.	SC6. The ability to select and apply effective methods for managing a market entity's marketing activities at the organizational, departmental, group, and network levels.
СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.	SC7. The ability to develop and analyze a market entity's marketing strategy and ways to implement it, taking into account cross-functional relationships.
СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.	SC8. The ability to develop a marketing system for a market entity and to evaluate the effectiveness and efficiency of its operation.
СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.	SC9. The ability to conduct theoretical and applied research in the field of marketing at a high level.
Компетентності, визначені університетом / Competencies defined by the university	
СК10. Здатність формувати та реалізовувати маркетингову політику в агробізнесі на основі аналізу ринкового середовища, особливостей аграрних ринків і ланцюгів створення вартості, з урахуванням принципів сталого розвитку та конкурентних переваг.	SC10. Ability to develop and implement marketing policy in agribusiness based on the analysis of the market environment, specifics of agricultural markets and value chains, taking into account the principles of sustainable development and competitive advantages.
7- Програмні результати навчання (ПРН) / Program learning outcomes	
Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти	Program learning outcomes defined by the standard of higher education
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу	PLO 1. Understand and be able to apply modern marketing principles, theories, methods, and techniques in practice
ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	PLO 2. Be able to adapt and apply new developments in marketing theory and practice to achieve specific goals and solve the problems faced by market entities.
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	PLO 3. Plan and conduct independent research in the field of marketing, analyze the results, and justify effective marketing decisions in conditions of uncertainty.
ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	PLO 4. Be able to develop marketing strategies and tactics, taking into account the cross-functional nature of their implementation.
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	PLO 5. Present and discuss the results of scientific and applied research, as well as marketing projects, in both the national language and foreign languages.
ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність	PLO 6. Be able to improve the

маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	effectiveness of a market entity's marketing activities at various management levels, develop marketing projects, and manage them.
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	PLO 7. Be able to develop and refine a market entity's marketing system.
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	PLO 8. Apply interpersonal communication techniques when solving group tasks, conducting negotiations, and engaging in academic discussions in the field of marketing.
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	PLO 9. Understand the nature and specific applications of marketing tools in the marketing decision-making process.
ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	PLO 10. Justify marketing decisions at the market entity level using modern management principles, approaches, methods, and techniques.
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	PLO 11. Apply methods of strategic marketing analysis and interpret the results to improve a market participant's marketing activities.
ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	PLO 12. Conduct marketing diagnostics and provide strategic and operational management to develop and implement marketing strategies, projects, and programs.
ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	PLO 13. Manage the marketing activities of a market entity, as well as its divisions, groups, and networks, and establish criteria and metrics for evaluating them.
ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	PLO 14. Develop a marketing framework for collaboration and build long-term, mutually beneficial relationships with other market participants.
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	PLO 15. Collect the necessary data from various sources, process and analyze the results using modern methods and specialized software.
Програмні результати навчання, визначені університетом/ Program learning outcomes determined by the university	
ПРН 16. Розробляти та обґрунтовувати маркетингову політику суб'єктів агробізнесу, здійснювати аналіз і прогнозування аграрних ринків, застосовувати інструменти маркетингового комплексу з урахуванням галузевої специфіки, ризиків і цілей сталого розвитку.	PLO 16. To develop and justify the marketing policy of agribusiness entities, conduct analysis and forecasting of agricultural markets, and apply marketing mix tools taking into account industry specifics, risks, and sustainable development goals.
8- Ресурсне забезпечення реалізації програми / Resource provision for programme implementation	
Кадрове забезпечення / Human Resources	

У відповідності до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для другого (магістерського) рівня вищої освіти (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою КМУ від 30.12.2015 р. № 1187 (зі змінами), реалізацію освітньо-професійної програми «Маркетинг» здійснюють висококваліфіковані науково-педагогічні працівники з науковими ступенями доктора і кандидата наук та вченими званнями, які мають досвід практичної та наукової діяльності у сфері маркетингу та мотивовані до особистісного розвитку і підтримки високого рівня професіоналізму. Всі науково-педагогічні працівники проходять стажування та підвищення кваліфікації відповідно до профілю спеціальності, зокрема у провідних закордонних закладах вищої освіти та маркетингових інституціях. До освітнього процесу, проведення практичних занять та майстер-класів активно залучаються висококваліфіковані фахівці-практики, керівники маркетингових відділів та агенцій, що забезпечує відповідність навчання сучасним запитам ринку праці.	In accordance with the staffing requirements for the provision of educational activities at the second (master's) level of higher education (Appendix 2 to the Licensing Conditions), approved by Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1187 dated December 30, 2015 (as amended), the "Marketing" educational and professional program is implemented by highly qualified academic and teaching staff holding doctoral and candidate of sciences degrees and academic titles, who have practical and research experience in the field of marketing and are motivated toward personal development and maintaining a high level of professionalism. All academic and teaching staff undergo internships and professional development in accordance with their specialization, including at leading foreign higher education institutions and marketing organizations. Highly qualified practitioners, heads of marketing departments, and agency executives are actively involved in the educational process, practical classes, and master classes, ensuring that the curriculum meets the current demands of the labor market.
Матеріально-технічне забезпечення / Material and Technical Resources	
Згідно з чинними технологічними вимогами щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності на другому (магістерському) рівні вищої освіти (відповідно до додатка 4 до Ліцензійних умов, затверджених Постановою КМУ від 30.12.2015 р. № 1187 зі змінами), в університеті створено сучасне освітнє середовище. Воно охоплює аудиторний фонд для проведення лекційних та практичних занять, комп'ютерні класи, оснащені прикладним програмним забезпеченням для маркетингового аналізу, спеціалізовані лабораторії, наукову бібліотеку з читальними залами та безперебійний доступ до мережі Інтернет. Використання мультимедійного обладнання, наявність актових та спортивних залів, відкритих спортивних майданчиків, а також розвинена соціальна інфраструктура, що включає гуртожитки, спортивно-оздоровчий табір, забезпечують комфортні умови для ефективної навчальної, науково-дослідної та громадської діяльності магістрів. Така матеріальна база сприяє всебічному професійному розвитку	In accordance with the current technical requirements for the material and technical support of educational activities at the second (master's) level of higher education (as set forth in Appendix 4 to the Licensing Conditions approved by Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1187 of December 30, 2015, as amended), the university has created a modern educational environment. It includes classrooms for lectures and practical classes, computer labs equipped with software for marketing analysis, specialized laboratories, a research library with reading rooms, and uninterrupted Internet access. The use of multimedia equipment, the availability of an auditorium and a gymnasium, outdoor sports fields, as well as a well-developed social infrastructure-including dormitories, sports and health camp-provide comfortable conditions for the effective academic, research, and

здобувачів та якісному опануванню маркетингових інструментів.	community activities of master's students. This material base contributes to the comprehensive professional development of students and the high-quality mastery of marketing tools.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення / Information and methodical support of the educational process	
Згідно з технологічними вимогами щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності на другому (магістерському) рівні вищої освіти (відповідно до додатка 5 до Ліцензійних умов, затверджених Постановою КМУ від 30.12.2015 р. № 1187 зі змінами), реалізація освітньої програми «Маркетинг» спирається на використання передових інформаційних систем та комплексних навчальних ресурсів. Інформаційний простір програми включає розгалужений бібліотечний фонд фахової наукової та навчальної літератури, а також актуальні періодичні видання, що повністю відповідають профілю підготовки магістрів з маркетингу. Доступ до ресурсів забезпечується через Інституційний репозитарій http://lib.osau.edu.ua/jspui/ та Електронний каталог бібліотеки http://lib.osau.edu.ua:8080/. Офіційну та оперативну інформацію щодо освітнього процесу розміщено на вебсайті університету (http://osau.edu.ua/), а повноцінна дистанційна підтримка навчання та комунікація реалізуються через платформу MOODLE (https://moodle.osau.edu.ua/) в умовах безперебійного доступу до мережі Інтернет. Методичний супровід освітньої програми охоплює повний пакет документації: навчальні та робочі плани, робочі програми та силабуси дисциплін, конспекти лекцій, а також розгорнуті методичні вказівки для проведення практичних занять і організації самостійної роботи здобувачів. Особлива увага приділена методичному забезпеченню практичної підготовки, виконанню курсових робіт та рекомендаціям щодо підготовки кваліфікаційної магістерської роботи, що дозволяє здобувачам ефективно формувати професійні компетентності у сфері маркетингу.	In accordance with the technical requirements for the provision of teaching, methodological, and informational support for educational activities at the second (master's) level of higher education (in accordance with Appendix 5 to the Licensing Conditions approved by Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine No. 1187 dated December 30, 2015, as amended), the implementation of the "Marketing" educational program relies on the use of advanced information systems and comprehensive educational resources. The program's information resources include an extensive library collection of specialized scientific and educational literature, as well as current periodicals that fully correspond to the profile of the Master's program in Marketing. Access to these resources is provided through the Institutional Repository http://lib.osau.edu.ua/jspui/ and the Library's Electronic Catalog http://lib.osau.edu.ua:8080/. Official and operational information regarding the educational process is posted on the university's website (http://osau.edu.ua/), and comprehensive remote learning support and communication are provided through the MOODLE platform (https://moodle.osau.edu.ua/) with uninterrupted Internet access. The methodological support for the educational program includes a comprehensive set of documents: academic and work plans, course outlines and syllabi, lecture notes, as well as detailed methodological guidelines for conducting practical classes and organizing students' independent work. Particular attention is paid to methodological support for practical training, the completion of course assignments, and recommendations for preparing the master's thesis, which enables students to effectively develop professional competencies in the field of marketing.
9- Академічна мобільність / Academic mobility	

Національна кредитна мобільність / National credit mobility	
Передбачена Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ОДАУ та може реалізовуватися відповідно до укладених угод з закладами вищої освіти України.	This is provided for in the Regulations on the Procedure for Exercising the Right to Academic Mobility for Participants in the Educational Process at ODAU and may be implemented in accordance with agreements concluded with higher education institutions in Ukraine.
Міжнародна кредитна мобільність / International credit mobility	
Передбачена Положенням про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу ОДАУ та може реалізовуватися відповідно до укладених угод про міжнародне співробітництво.	This is provided for in the Regulations on the Procedure for Exercising the Right to Academic Mobility for Participants in the Educational Process at ODAU and may be implemented in accordance with concluded international cooperation agreements.
Навчання іноземних здобувачів ВО/ Study of Foreign applicants of HE	
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою – вивчення української мови як іноземної.	The education of international students is provided under the same conditions as for domestic students, with the addition of language training—specifically, the study of Ukrainian as a foreign language.

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPONENTS OF EDUCATIONAL PROGRAMME

Код/ Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю/ Form of Final Assessment
НОРМАТИВНІ освітні компоненти/Required (standard) components			
Обов'язкові компоненти загальної підготовки/Mandatory components of general training			
ОЗ 01/ OZ 01	Методологія, організація і етика наукових досліджень/ Methodology, Organization and Ethics of Scientific Research	3	залік/credit
ОЗ 02/ OZ 02	Ділова іноземна мова (англійська)/ Business foreign language (english)	3	залік/credit
ОЗ 03/ OZ 03	Інформаційні системи і технології штучного інтелекту/ Information Systems and Artificial Intelligence Technologies	3	залік/credit
		9	x
Обов'язкові компоненти професійної підготовки/Mandatory components of professional training			
ОП 01 / MP 01	Маркетинговий менеджмент/ Marketing Management	4	Курсова робота/term paper; Іспит/ exam
ОП 02 / MP 02	Маркетингова аналітика та прогнозування/ Marketing Analytics and Forecasting	4	Іспит / exam

Код/ Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ЄКТС/ECTS credits	Форма підсумкового контролю/ Form of Final Assessment
НОРМАТИВНІ освітні компоненти/Required (standard) components			
ОП 03/ MP 03	Управління продуктом і клієнтською цінністю/ Product management and customer value	3,5	Залік /credit
ОП 04/ MP 04	Інтегровані маркетингові комунікації/ Integrated marketing communications	5	Іспит / exam
ОП 05/ MP 05	Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність/ Social marketing and corporate social responsibility	3	Іспит / exam
ОП 06/ MP 06	Маркетингові стратегії розвитку бізнесу/ Marketing strategies for business development	3,5	Іспит / exam
ОП 07/ MP 07	Управління проєктами в маркетингу/ Project management in marketing	4	Іспит / exam
ОП 08/ MP 08	Логістичний менеджмент/ Logistics Management	3	Іспит / exam
ОП 09/ MP 09	Маркетинг взаємовідносин/ Relationship Marketing	3	Залік /credit
ОП 10/ MP 10	Маркетингова політика в агробізнесі/ Marketing policy in agribusiness	3	Залік /credit
	Разом / Total	36	
Практична підготовка / Practical training:			
ОП 11/ MP 11	Переддипломна практика / Pre-diploma practice	6	захист звіту / report defense
ОП 12/ MP 12	Підготовка і захист кваліфікаційної роботи / Preparation and Defense of the Qualification Thesis	15	кваліф. робота/qualification n work
	Загальний обсяг обов'язкових компонент / The total volume of mandatory components:	66	x
ВИБІРКОВІ освітні компоненти			
Вибіркові компоненти загальної підготовки/Elective components of general training			
B3 01/ SG 01	Вибірковий компонент / Selective component 1	3	залік
B3 02/ SG 02	Вибірковий компонент / Selective component 2	3	залік
Всього загальноуніверситетський каталог		6	x
Вибіркові компоненти професійної підготовки/Elective components of professional training			
ВП 01/ SP 01	Вибірковий компонент / Selective component 1	3	залік
ВП 02/ SP 02	Вибірковий компонент / Selective component 2	3	залік
ВП 03/ SP 03	Вибірковий компонент / Selective component 3	3	залік

Код/ Code	Освітні компоненти програми/Components	Кредитів ECTS/ECTS credits	Форма підсумкового контролю/ Form of Final Assessment
НОРМАТИВНІ освітні компоненти/Required (standard) components			
ВП 04/ SP 04	Вибірковий компонент / Selective component 4	3	залік
ВП 05/ SP 05	Вибірковий компонент / Selective component 5	3	залік
ВП 06/ SP 06	Вибірковий компонент / Selective component 6	3	залік
Загальний обсяг нормативних компонентів ОП/Total scope of the required components:		66	
Загальний обсяг вибіркових компонентів ОП/Total scope of the elective components:		24	
Обсяг освітніх компонентів, що забезпечують здобуття компетентностей визначених СВО/Total scope of the educational components aimed at acquisition of competencies specified in the Higher Education Standard:		66	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ/TOTAL SCOPE OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME		90	

3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ / FORMS OF CERTIFICATION OF HIGHER EDUCATION ACQUIRES

Формою проведення атестації здобувачів освітнього ступеня «Магістр» спеціальності D5 «Маркетинг» є підготовка та захист кваліфікаційної роботи, яка є самостійною науково-дослідницькою кваліфікаційною роботою, що синтезує результати теоретичного та практичного навчання у рамках обов'язкової та вибіркової компонент освітньо-професійної програми підготовки здобувачів освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю D5 «Маркетинг».

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складної задачі або проблеми у сфері маркетингу, що потребує здійснення досліджень та/або інновацій і характеризується комплексністю і невизначеністю умов, із застосуванням сучасних маркетингових теорій та методів наукового аналізу. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації.

Атестація здійснюється екзаменаційною комісією у формі публічного захисту, за результатами якого оцінюється рівень набутих здобувачем у процесі навчання інтегрованих знань, умінь та навичок (компетентностей), що необхідні для виконання професійних обов'язків у сфері маркетингової діяльності. Видається диплом встановленого зразка про присудження ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації магістр маркетингу.

The form of attestation of the holders of the Master's degree in the specialty D5

"Marketing" is the preparation and defense of a qualification paper, which is an independent scientific and research qualification paper that synthesizes the results of theoretical and practical training within the framework of the mandatory and selective component of the educational and professional training program holders of the Master's degree in the specialty D5 "Marketing". The qualification work should involve solving a complex task or problem in the field of marketing, which requires research and/or innovation and is characterized by the complexity and uncertainty of conditions, with the application of modern marketing theories and methods of scientific analysis. There can be no academic plagiarism, falsification, or fabrication in the qualification work.

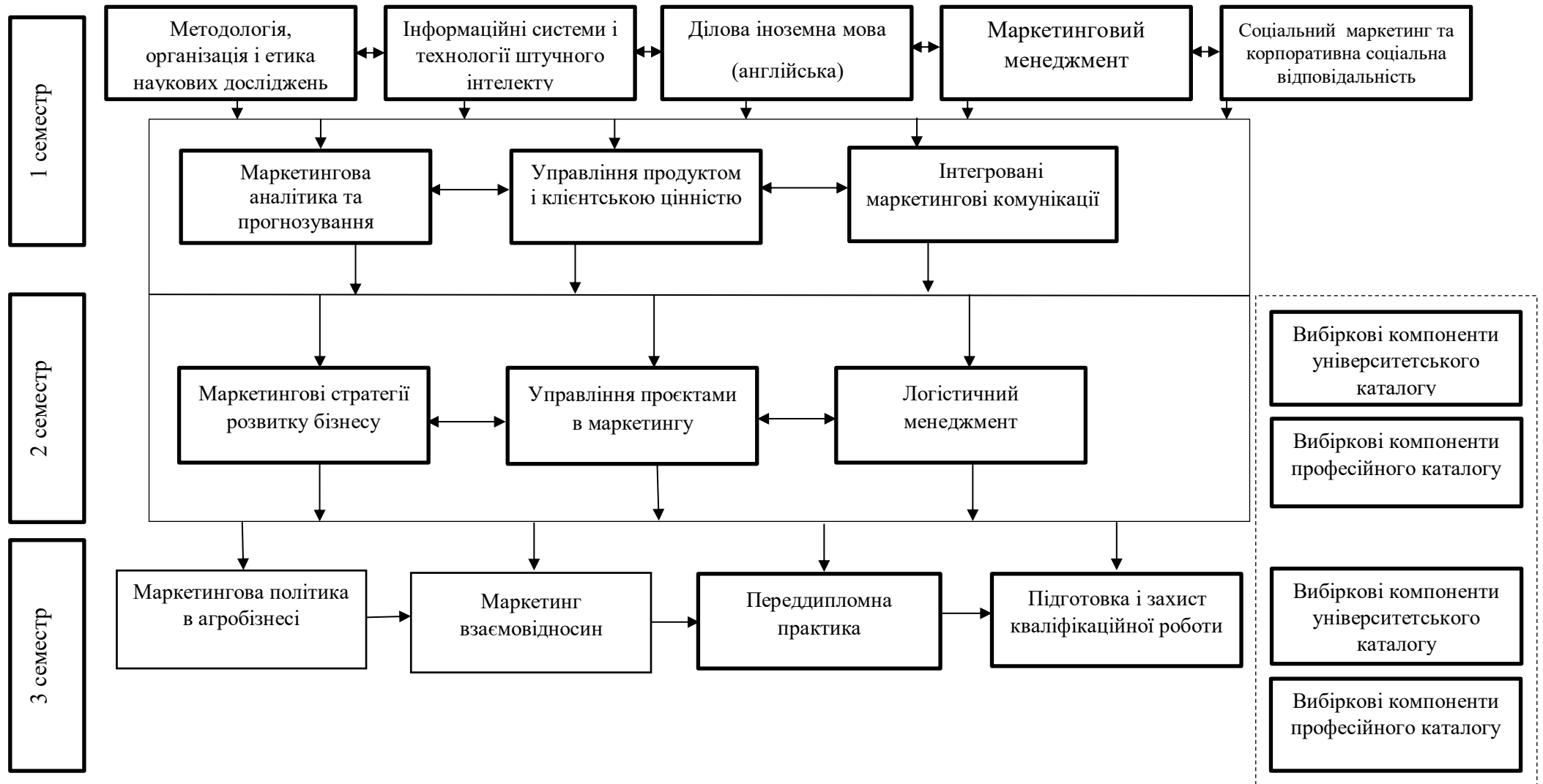
Attestation is carried out by an attestation commission in the form of a public defense, based on the results of which the level of integrated knowledge, abilities and skills acquired by the applicant in the learning process, necessary for the performance of professional duties, is assessed. A diploma of the established model is issued for awarding a master's degree with the qualification master of marketing.

4. ПРОЦЕДУРА ПРИСВОЄННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КВАЛІФІКАЦІЙ (ЗА НАЯВНОСТІ)/ PROCEDURE FOR AWARDING PROFESSIONAL QUALIFICATIONS (IF ANY)

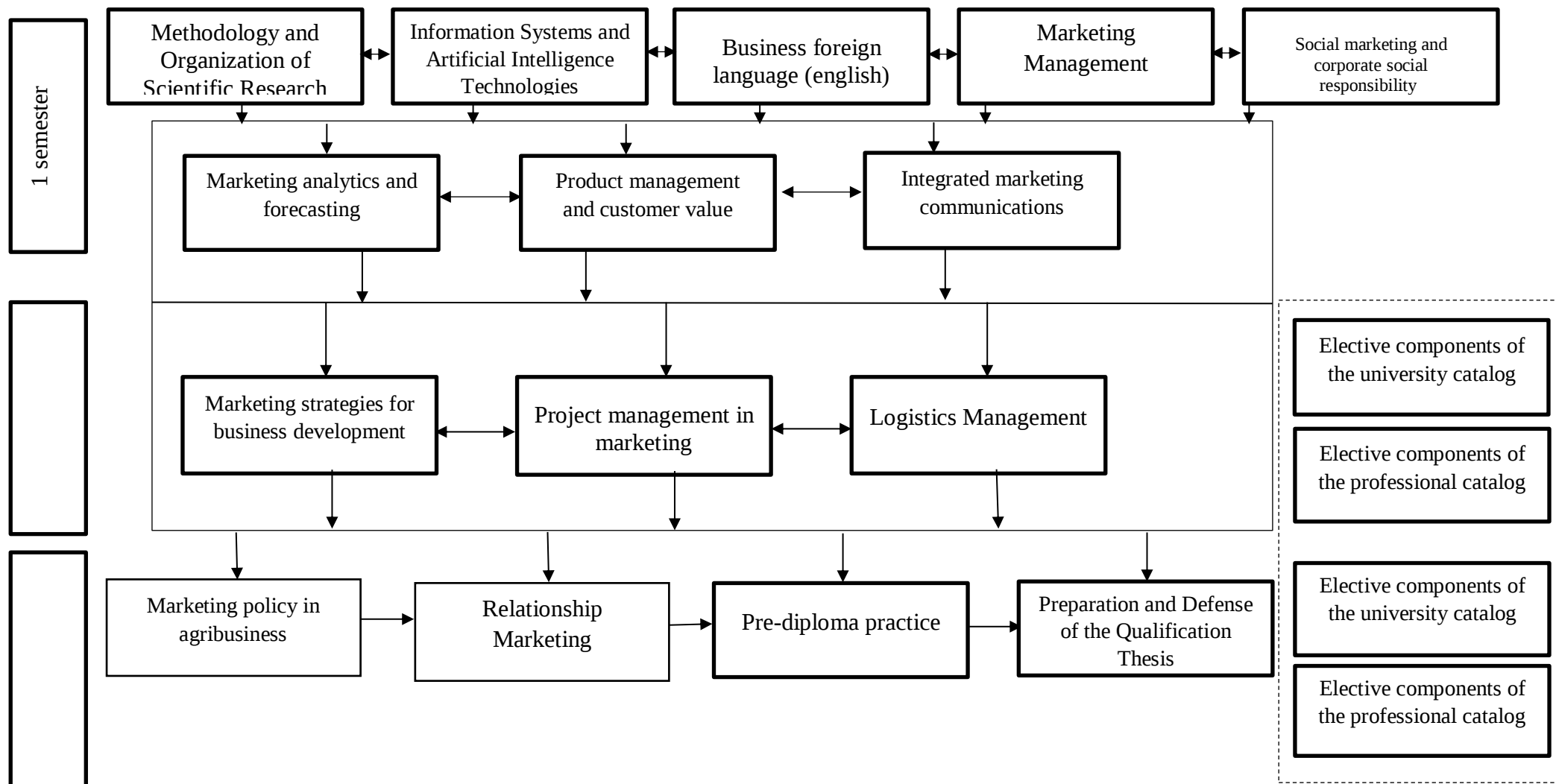
Освітньо-професійною програмою «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти не передбачено присвоєння професійних кваліфікацій.

The educational and professional program "Management" for the second (master's) level of higher education does not provide for the assignment of professional qualifications.

5. СТРУКТУРНО - ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ



5.STRUCTURAL-AND-LOGICAL SCHEME OF THE EDUCATIONAL PROGRAMME



**6.МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ КОМПОНЕНТАМ
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME COMPETENCIES
WITH PROGRAMME COMPONENTS**

№	Шифр компетентності																	
	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	СК 1	СК 2	СК 3	СК 4	СК 5	СК 6	СК 7	СК 8	СК 9	СК 10
ОЗ 01/OZ 01		+				+					+	+					+	
ОЗ 02/OZ 02		+		+	+	+												
ОЗ 03/OZ 03	+	+				+						+						
ОП 01/MP 01	+		+				+		+	+				+		+	+	
ОП 02/MP 02	+			+		+												
ОП 03/MP 03	+	+	+				+		+	+							+	+
ОП 04/MP 04		+			+	+		+	+		+		+			+		
ОП 05/MP 05	+	+	+	+		+			+	+					+		+	+
ОП 06/MP 06	+	+		+			+		+	+		+	+		+	+	+	+
ОП 07/MP 07	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+			
ОП 08/MP 08	+		+	+			+						+	+	+	+		+
ОП 09/MP 09		+		+	+	+	+					+		+		+		
ОП 10/MP 10	+					+	+						+	+		+	+	+
ОП 11/MP 11	+	+		+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+		+
ОП 12/MP 12	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

7. МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ / COMPLIANCE MATRIX OF PROGRAMME LEARNING OUTCOMES WITH PROGRAMME COMPONENTS

№	Шифр програмних результатів навчання (ПРН) / Code of program learning outcomes (PLO)															
	ПРН /PLO 1	ПРН /PLO 2	ПРН /PLO 3	ПРН /PLO 4	ПРН /PLO 5	ПРН /PLO 6	ПРН /PLO 7	ПРН /PLO 8	ПРН/ PLO 9	ПРН /PLO 10	ПРН /PLO 11	ПРН /PLO 12	ПРН /PLO 13	ПРН /PLO 14	ПРН /PLO 15	ПРН /PLO 16
ОЗ 01/OZ 01			+		+			+							+	
ОЗ 02/OZ 02					+			+								
ОЗ 03/OZ 03															+	
ОП 01/MP 01	+	+	+				+		+	+			+			
ОП 02/MP 02		+	+						+	+					+	+
О,П 03/MP03	+	+					+									+
ОП 04/MP 04		+	+	+		+		+						+	+	
ОП 05/MP 05	+	+	+											+		+
ОП 06/MP 06	+	+	+	+							+	+	+			+
ОП 07/MP 07	+		+			+				+		+				+
ОП 08/MP 08				+			+		+	+			+	+		+
ОП 09/MP 09	+						+	+	+	+				+		
ОП 10/MP 10		+		+		+	+			+			+	+	+	+
ОП 11/MP 11	+	+		+		+	+	+	+	+		+			+	
ОП 12/MP 12	+	+	+		+	+	+		+	+	+	+			+	+

8. ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДОКУМЕНТІВ, НА ЯКИХ БАЗУЄТЬСЯ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

1. Про освіту : Закон України від 05 верес. 2017 р. № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Про вищу освіту : Закон України від 01 лип. 2014 р. № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02 берез. 2015 р. № 222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19>
4. Класифікатор професій : ДК 003:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
5. Класифікація видів економічної діяльності : ДК 009:2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10>
6. Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 30 груд. 2015 р. № 1187 (в редакції Постанови КМУ № 347 від 24 берез. 2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п>
7. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 10 лип. 2019 р. № 960. URL: <https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-standartu-vishoyi-osviti-za-specialnistyu-075-marketing-dlya-drugogo-magisterskogo-rivnya-vishoyi-osviti>
8. Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 13 черв. 2024 р. № 842. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2024/Nakaz-842.vid.13.06.2024.pdf>
9. Деякі питання присвоєння професійних кваліфікацій закладами вищої освіти в разі відсутності професійного стандарту : Постанова Кабінету Міністрів України від 25 жовт. 2024 р. № 1223. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1223-2024-п>
10. Положення про дуальну форму здобуття фахової передвищої та вищої освіти : Наказ Міністерства освіти і науки України від 13 квіт. 2023 р. № 426. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-23>
11. Національний освітній глосарій: вища освіта / авт.-уклад. : В. М. Захарченко та ін. ; за ред. В. Г. Кременя. Київ : Плеяди, 2014. 100 с. URL: <https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/nauk%20method%20rada/glossariy.pdf>
12. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG 2015). URL: https://naqa.gov.ua/wp-content/uploads/2019/07/Final-Standards-and-Guidelines-UA201511_press_20151106.pdf
13. Методичні рекомендації Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми. URL: <https://nazyavo.gov.ua/wp-content/uploads/2020/09/Методичні-рекомендації.pdf>