Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Освітньо-наукова програма

МАРКЕТИНГ

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітня програма Маркетинг

Третій рівень вищої освіти

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою
Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна
« » _____2024 року,
протокол № _____

Введено в дію з_____2024 р.
наказом від_____2024 р. № _____
Проректор з науково-педагогічної роботи

_____Олександр ГОЛОВКО

Харків 2024 р.

ЛИСТ
ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-наукової програми

«Маркетинг»

Освітню програму розглянуто та схвалено:

1. Науково-методична рада Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна протокол №_____ від «_____» ____2024 р.

Голова науково-методичної ради,

проректор з науково-педагогічної роботи_____(Олександр ГОЛОВКО)

1.1. Вчена рада економічного факультету:

протокол № від «__» _____2024 р.

Голова Вченої ради факультету_____(Віталій ДЯЧЕК)

1.2. Науково-методична комісія економічного факультету: протокол №_____ від «__» ____2024 р.

Голова науково-методичної комісії факультету_____(Тетяна ПОНОМАРЕНКО)

ПРЕАМБУЛА

Розроблено робочою групою у складі:

Керівник робочої групи	Найменування посади	Науковий ступінь, вчене звання, за якою кафедрою (спеціальністю) присвоєно
Бабич Дмитро Володимирович	Професор закладу вищої освіти кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Доктор економічних наук, професор кафедри
Члени робочої групи		
Кузьминчук Наталія Валеріївна	Професор закладу вищої освіти кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Доктор економічних наук, професор кафедри
Шуміло Ольга Станіславівна	Професор закладу вищої освіти кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва	Доктор економічних наук, професор кафедри

До проектування освітньої програми долучені представники здобувачів вищої освіти та представники роботодавців у рамках проведеного круглого столу.

***

При розробці освітньо - наукової програми враховані вимоги:

1) Стандарту вищої освіти України зі спеціальності 075 «Маркетинг» для третього (доктор філософії) рівня вищої освіти (Наказ МОН № 313 від 07.04.2022).
2) Закон України No 1556-VII «Про вищу освіту» // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, No 37-

38;

3) Національний Класифікатор професій ДК 003:2010 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://dovidnyk.in.ua/directories/profesii.

4) Національна рамка кваліфікацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п.

5) Постанова Кабінету Міністрів України від 29.04.15 року No 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF

6 Постанови Кабінету Міністрів України № 261 від 23.03.2016 р. «Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)». [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/261-2016-%D0%BF#Text

7.Постанови Кабінету Міністрів України № 44 від 12.01.2022 р. «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/44-2022-%D0%BF#Text

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів додаються:

1. Профіль освітньої програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, факультет економічний
Офіційна назва програми	Маркетинг
Ступінь вищої освіти	Доктор філософії
Кваліфікація,що присвоюється	Доктор філософії з маркетингу
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом доктора філософії, одиничний. Освітня складова 47 кред. ЄКТС. Термін підготовки 4 роки. Наукова складова передбачає проведення власного наукового дослідження та оформлення його результатів у вигляді дисертації
Форма навчання	Очна, заочна
Цикл/рівень	НРК – 8 рівень; FQ-EHEA – третій цикл, QF-LLL – 8 рівень
Передумови	Наявність освітнього ступеня «Магістр», або освітньо-кваліфікаційного рівня «Спеціаліст». Умови вступу визичаються «Правилами прийому до Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна», затвердженими Вченою радою
Мова викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	4 роки
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми підготовка фахівців, які володіють методологією наукової та педагогічної діяльності, здатних продукувати інноваційні ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у галузі бізнес адміністрування на базі науково-дослідного опрацювання наявних знань та професійної практики, здійснювати власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення та сприяють сталому розвитку організацій.	
3 – Характеристика освітньої програми	

Предметна область знань, (галузь спеціальність, спеціалізація)	галузь знань 07 «Управління та адміністрування»; спеціальність 075 «Маркетинг»; • *Об'єкт діяльності:* маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • *Цілі навчання:* набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності. *Теоретичний зміст предметної області:* сучасні маркетингові 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 забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності, методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій. *Інструменти та обладнання:* сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні та комунікаційні системи, програмні продукти, необхідні для наукових досліджень, прийняття та провадження інноваційної маркетингової діяльності.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-наукова програма з підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Маркетинг»
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	докторський ступінь, призначений для керівників вищої ланки, професіоналів та науковців, які хочуть розвинути дослідницькі навички вищого рівня у сфері маркетингу Ключові слова:маркетинг, стійкий розвиток, управлінське дослідження, сучасні технології управління
Особливості програми	Особливість (унікальність) ОП «Маркетинг» полягає у тому, що вона: 1. Спирається на багаторічний досвід підготовки науковців в сфері маркетингу. 2. Побудована на унікальних теоретико-методичних розробках колективу кафедри, починаючи з 1992 року, досвіді виконання міжнародних проектів та науково-дослідних тем, співпраці з підприємствами та науковими установами, у т.ч. НАН України. 3. Базується на власних наукових розробках, авторських методиках, сучасних освітніх технологіях. 4. Дозволяє отримати поглиблені знання з промислового маркетингу та у споріднених з ним сферах. Дозволяє виконувати дослідження у співпраці з інноваційними підрозділами університету.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	

Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на посадах наукових і науковопедагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів, аналітиків, тощо в установах та організаціях. Працевлаштування за ДК 003:2010: 2310 Викладачі закладів вищої освіти 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність) 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності.

Подальше навчання	Доктор філософії з маркетингу може продовжувати навчання і дослідження з метою здобуття наукового ступеня доктора наук, підвищувати кваліфікацію та отримувати освіту за іншими спеціальностями.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Викладання та навчання за програмою ґрунтується на застосуванні компетентнісного методологічного підходу. В рамках програми реалізується проблемно-орієнтоване, студенто-центроване інтерактивне навчання з використанням сучасних освітніх технологій та методик. Елементи проблемності, індивідуальне наукове керівництво, підтримка та консультування з боку інших здобувачів стимулюють творчий та науковий пошук. Здобувачі освіти беруть безпосередню участь у науково-практичних конференціях, круглих столах та семінарах, виконанні проєктних та науково-дослідних робіт, публікають тези та статті за результатами дослідження у фахових вітчизняних і закордонних виданнях, у тому числі, що індексуються у наукометричних базах.
Оцінювання	За *освітньою складовою* програми: система оцінювання здобутих результатів навчання за дисциплінами освітньо-наукової програми складається з поточного та підсумкового (екзамени, заліки). Контрольні завдання орієнтовані на профіль наукової роботи. Проміжний контроль здійснюється у формі звіту відповідно до індивідуального плану. *Наукова складова* передбачає здійснення власних наукових досліджень під науковим керівництвом з відповідним оформленням одержаних результатів у формі: участі у семінарах кафедри, рецензування наукових робіт, апробації результатів досліджень на наукових конференціях, публікації результатів досліджень у фахових наукових виданнях (не менше однієї у виданні, що входить до наукометричної бази Scopus, Web of Science або іншої міжнародної бази, рекомендованою МОН України), презентації результатів дисертаційного дослідження на науковому семінарі, підготовки та публічного захисту дисертації.

6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність продукувати нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у галузі управління та адміністрування, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики, застосовувати новітні методології наукової та педагогічної діяльності, здійснювати власні наукові дослідження, результати яких мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК.1 Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК.2 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК.3 Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК.4 Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу на основі системного наукового світогляду та загального культурного кругозору із дотриманням принципів професійної етики та академічної доброчесності.
Спеціальні (фахові) компетентності(СК)	СК1. Здатність планувати і виконувати оригінальні дослідження, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у теорії, методології і практиці сучасного маркетингу та дотичних до нього міждисциплінарних напрямках СК2. Здатність усно і письмово презентувати та обговорювати результати наукових досліджень та інноваційних розробок українською та іноземними мовами, глибоке розуміння іншомовних наукових текстів за напрямом дослідження СК3. Здатність застосовуватисучасні методи та інструменти маркетингу, цифрові технології, ресурси та економіко-математичні методи і моделі у науковій та педагогічний діяльності СК4. Здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у вищій освіти СК5. Здатність до впровадження науково-організаційної діяльності та управління науково-дослідницькими проектами СК6. Здатність до критичного переосмислення і розвитку сучасної теорії, методології та практики маркетингу в ході проведення власних оригінальних наукових досліджень СК7. Здатність до виявлення і формалізації закономірностей розвитку суб'єктів ринкових відносин на основі фундаментальних та прикладних досліджень, розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингових систем СК8. Здатність виявляти, ставити і вирішувати проблеми дослідницького характеру в сфері маркетингу,оцінювати та забезпечувати якість виконуваних досліджень та публікацію їх результатів у профільних фахових вітчизняних і зарубіжних виданнях, що входять до міжнародних наукометричних баз даних.
7 – Програмні результати навчання	

Програмні результати навчання	РН01. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і дотичних предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напряму, отримання нових знань та/або здійснення інновацій. РН02. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів. РН03. Формулювати і перевіряти гіпотези; використовувати для обґрунтування висновку належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, наявні літературні дані. РН04. Глибоко розуміти та імплементувати загальні принципи та методи маркетингової науки, а також методологію наукових досліджень, застосувати їх у власних дослідженнях та у викладацькій діяльності. РН05. Представляти та оприлюднювати результати самостійних оригінальних наукових досліджень, які мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення з дотриманням належної академічної доброчесності, а також демонструвати володіння методологією викладання професійно- орієнтованих дисциплін і нести відповідальність за навчання інших РН06. Планувати і використовувати емпіричні та/або теоретичні дослідження з маркетингу та дотичних міждисциплінарних напрямів з використанням сучасних інструментів та дотриманням норм професійної і академічної етики, критично аналізувати результати власних досліджень і результати інших дослідників у контексті усього комплексу сучасних знань щдо досліджуваної проблеми. РН07. Вільно презентувати та обговорювати з фахівцями і нефахівцями результати досліджень, наукові та прикладні проблеми маркетингу державою та іноземною мовами, оприлюднювати результати досліджень у наукових публікаціях у провідних міжнародних наукових виданнях. РН08. Застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, зокрема методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи. РНО9. Організовувати і здійснювати освітній процес у сфері маркетингу, його наукове, навчально-методичнета нормативне забезпечення.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Відповідно до кадрових вимог щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня ВО (додаток 2 до Ліцензійних умов), затверджених Постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. № 1187 в чинній редакції.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення реалізації ОНП здійснюється на основі: – навчальних аудиторій, оснащених ПК, проєкторами, мікрофонами бездротовими, екранами для проєкторів, колонками настінними, підсилювачами звуку і камерами дротовими; – комп'ютерних класів, оснащених ПК, ноутбуками з наявними каналами доступу до Інтернету; – в усіх приміщеннях, де здійснюється навчальний процес, є доступ до Wi- Fi, мережі Інтернет

Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	офіційний сайт Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна: https://karazin.ua/, сайт економічного факультету: https://econom.univer.kharkov.ua/, сайт кафедри маркетингу https://karazinmmved.wixsite.com/mmzed; - точки бездротового доступу до мережі Інтернет; - необмежений доступ до мережі Інтернет; - графіки навчального процесу; - програма практики - доступ до системи електронного навчального середовища Moodle: https://moodle.karazin.ua/, що забезпечує доступ до матеріалів українською та англійською мовами з дисциплін освітньої програми, презентацій, тестових завдань, відеоматеріалів та інших складових e-learning. - Навчання навчальні заняття за освітньою програмою плануються у електроному розкладі, що розміщений на офіційному веб- сайті Харківського національного університету імені В. Н. Каразін. - Під час змішаної та дистанційної форм використовуються платформи Google Meet, Zoom та інші. -Центральна наукова бібліотека http://www-library.univer.kharkov.ua/ukr/надає доступ до електронного каталогу з електронним замовленням (понад 1200000 примірників); повнотекстові бази даних журналів іноземних та вітчизняних видавництв: SCOPUS, Webof Science,EBSCO, Royal Society of Chemistry, OxfordUniversityPress, Cambridge University Press, SpringerNature(journals*) CUL Online, Springer Link; міжнародних баз даних за допомогою електронного ресурсного центру Elsevier.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Індивідуальна академічна мобільність реалізується у рамках між-університетських договорів про встановлення науково-освітянських відносин за профілем підготовки фахівців третього освітньо-наукового рівня зі спеціальності 075 «Маркетинг».
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Харківським національним університетом імені В.Н. Каразіна та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Підготовка іноземних здобувачів здійснюється відповідно до «Закону про вищу освіту», навчання здійснюється українською та англійською мовами.

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

2.1 Перелік компонент освітньої складової ОНП «Доктор бізнес-адміністрування»

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти ОП			
Загальнонаукові нормативні дисципліни			
ОК 1	Філософські засади та методологія наук. досліджень	5	залік
ОК2.	Іноземна мова для аспірантів	6	екзамен
ОК3.	Педагогіка вищої освіти	4	залік
ОК4.	Організація наукової діяльності	5	залік
Цикл професійної підготовки			
ОК5	Управління даними досліджень	5	екзамен
ОК6	Методологія управління сталим розвитком	5	екзамен
ОК7	Педагогічна практика	5	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів ОП:		**35**	
2. Вибіркові компоненти ОП (цикл професійної підготовки)			
ВК 1	Вибіркова дисципліна 1	4	екзамен
ВК 2	Вибіркова дисципліна	4	екзамен
ВК 3	Вибіркова дисципліна	4	екзамен
Загальний обсяг вибіркових компонентів ОП:		**12**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		**47**	

Вибіркові компоненти ОНП «Маркетинг» забезпечують формування індивідуальної траєкторії набуття професійних компетентностей здобувачів за темою дослідження шляхом вибору трьох навчальних дисциплін (12 кредитів ЄКТС). Каталог для вибору дисциплін надано за посиланням https://drive.google.com/drive/folders/1pcX-V5_I7_RWgo4JazoJ6XOduvkrquGv?usp=sharing

За необхідності здобувач може обирати дисципліни також з переліку, що пропонується для інших рівнів (бакалаврів, магістрів) зі спеціальності 075 «Маркетинг».

Наукова складова ОНП доктор філософії

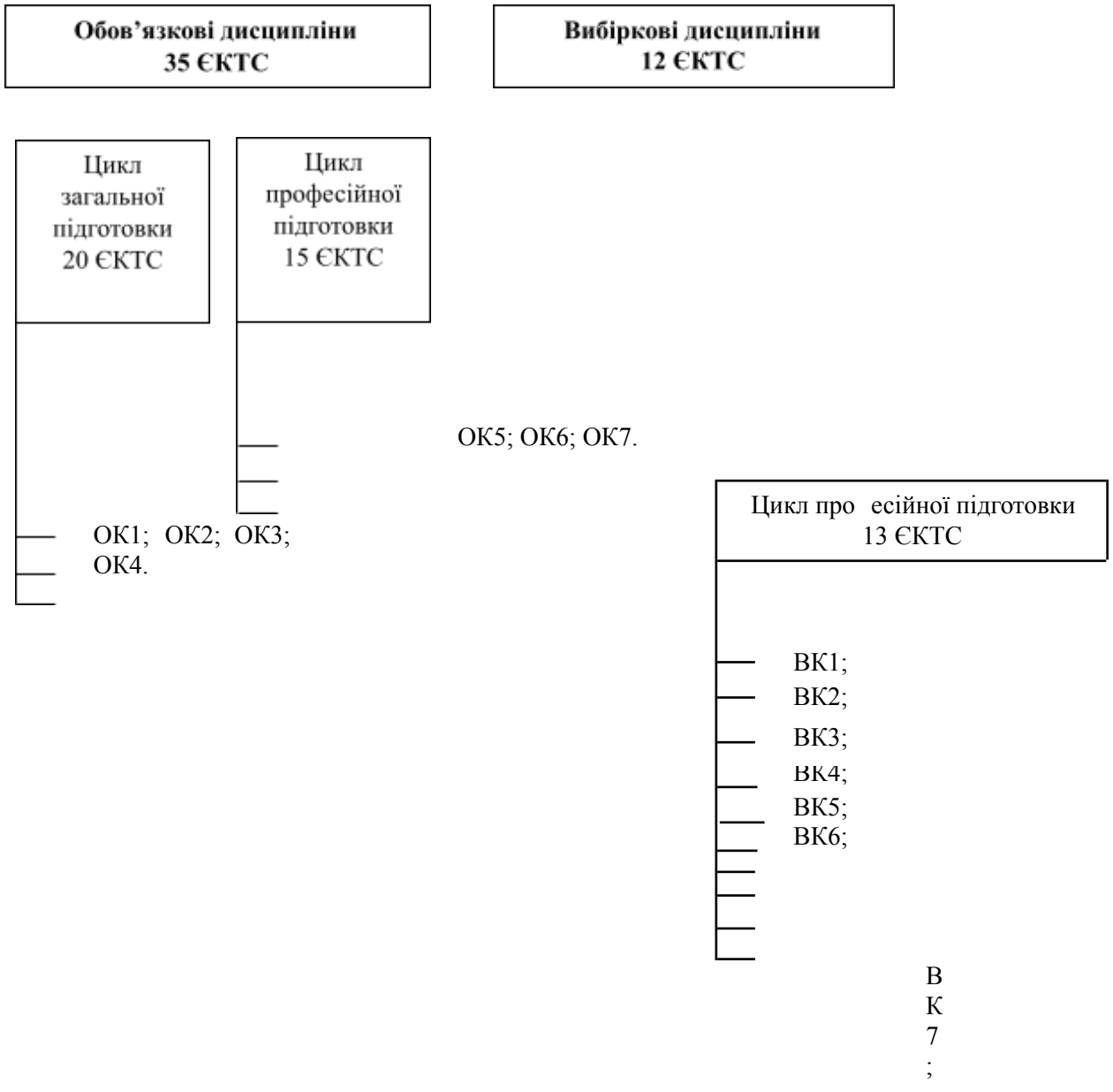
Наукова складова освітньо-наукової програми передбачає проведення власного наукового дослідження під керівництвом наукового керівника та оформлення його результатів у вигляді дисертації. Наукова складова освітньо-наукової програми містить перелік видів наукової роботи здобувача та форми контролю (звітування). Наукова складова освітньо-наукової програми оформляється у вигляді індивідуального плану наукової роботи аспіранта і невід'ємною частиною навчального плану аспірантури.

Рік підготовки	Зміст наукової роботи аспіранта	Форма контролю
1 рік	Вибір теми дисертації, формування індивідуального плану роботи; виконання під керівництвом наукового керівника дисертаційної роботи; підготовка та подання до друку не менше 1 публікації за темою дисертації відповідно чинних вимог	Затвердження на вченій раді економічного факультету індивідуального плану. Звітування про хід виконання індивідуального плану двічі на рік.

2 рік	Виконання під керівництвом наукового керівника дисертаційної роботи; підготовка та подання до друку не менше 1 публікації за темою дисертації	Звітування про хід виконання індивідуального плану двічі на рік.

	відповідно чинних вимог. Участь у наукових конференціях.	
3 рік	Виконання під керівництвом наукового керівника дисертаційної роботи; підготовка та подання до друку не менше 1 публікації за темою дисертації відповідно чинних вимог. Участь у наукових конференціях.	Звітування про хід виконання індивідуального плану двічі на рік.
4 рік	Завершення дисертаційної роботи, підведення підсумків щодо публікацій (не менше трьох) за темою дисертації відповідно чинних вимог. Подання документів на попередню експертизу дисертації. Випускна атестація.	Звітування про хід виконання індивідуального плану двічі на рік. Надання висновку про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації. Захист PhD дисертації

3. Структурно-логічна схема ОНП



ВК8;ВК9;ВК10.

4.Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів освітнього ступеня доктора філософії здійснюється у формі публічного захисту дисертації.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії є самостійним розгорнутим дослідженням, що пропонує розв'язання комплексної проблеми в сфері бізнес-адміністрування, результати якого становлять оригінальний внесок у теорію менеджменту та оприлюднені у наукових публікаціях в рецензованих наукових виданнях. Вона повинна містити обґрунтовані здобувачем наукові положення, а також характеризуватися практичною та теоретичною цінністю і свідчити про особистий внесок здобувача в науку

Дисертація не повинна містити академічного плагіату, фальсифікації, фабрикації. Дисертація має бути розміщена на сайті Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Класифікація компетентностей за НРК	**Знання** ЗН1 Найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі науково-дослідної та/або професійної діяльності і на межі предметних галузей	**Уміння** УМ1 Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та складних ідей УМ2 Розроблення та реалізація проектів, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язання значущих соціальних, наукових, культурних, етичних та інших проблем	**Комунікація** К1 спілкування в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та/або професійної діяльності	**Автономія та відповідальність** АВ1 Ініціювання інноваційних комплексних проектів, лідерство та повна автономність під час їх реалізації АВ2 Соціальна відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень АВ3 Здатність саморозвиватися і самовдосконалюватися протягом життя, відповідальність за навчання інших
Загальні компетентності – 4				
ЗК1	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
ЗК2		УМ1		АВ3

Таблиця 1

Матриця відповідності визначених компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	**Знання** ЗН1 Найбільш передові концептуальні та методологічні знання в галузі науково-дослідної та/або професійної діяльності і на межі предметних галузей	**Уміння** УМ1 Критичний аналіз, оцінка і синтез нових та складних ідей УМ2 Розроблення та реалізація проектів, включаючи власні дослідження, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та/або професійну практику і розв'язання значущих соціальних, наукових, культурних, етичних та інших проблем	**Комунікація** К1 спілкування в діалоговому режимі з широкою науковою спільнотою та громадськістю в певній галузі наукової та/або професійної діяльності	**Автономія та відповідальність** АВ1 Ініціювання інноваційних комплексни проектів, лідерство та по автономність під час їх реалізації АВ2 Соціальна відповідальність за результати прийняття стратегічних рішень АВ3 Здатність саморозвиватися і самовдосконалюватися протягом життя, відповідальність за навча інших
ЗК3		УМ2	К1	АВ1
ЗК4	ЗН1	УМ1		АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 8				
СК1	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
СК2		УМ2	К1	АВ3
СК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ2
СК4		УМ1	К1	АВ1
СК5	ЗН1	УМ2		АВ3
СК6	ЗН1	УМ2	К1	АВ2
СК7		УМ1		АВ1
СК8	ЗН1	УМ2	К1	АВ2

6.Матриця відповідності програмних результатів компонентам освітньо-наукової програми «Маркетинг»

	ОК1	**ОК2**	**ОК3**	**ОК4**	**ОК5**	**ОК6**	**ОК7**
ПРН 1	+			+	+	+	
ПРН 2			+		+		+
ПРН 3	+	+	+	+	+	+	
ПРН 4			+	+	+	+	
ПРН 5	+	+					+
ПРН 6	+			+		+	+
ПРН 7		+			+	+	
ПРН 8			+	+			+
ПРН 9		+					