

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
спеціальність	075 Маркетинг
галузь знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація	бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО


Вченою радою ДДМА

протокол № _____ від _____ 2021 р.

ВВОДИТЬСЯ В ДІЮ

з _____ 20__ р.

Ректор


 В.Д. Ковальов
(наказ № _____ від _____ 20__ р.)

Краматорськ
2021

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Освітня програма обговорена та схвалена на засіданні кафедри менеджменту, протокол № 18 від 16.03.2021 р.

В.о. завідувача кафедри:



І.П. Фоміченко, канд. екон. наук, доцент

Керівник проектної групи спеціальності:



О.Є. Бурцева, канд. екон. наук, доцент

Освітня програма обговорена та схвалена на засіданні Вченої ради ФЕМ, протокол № 5/02-21 від 01.03.2021 р.

Декан факультету економіки і менеджменту:



Є.В. Мироненко, д-р. техн. наук, професор

Начальник навчального відділу:



В.М. Сушко

Перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи, навчальної та методичної роботи:



А.М. Фесенко, канд. техн. наук, професор

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

1. Про вищу освіту: Закон України №1556-VII від 01.07.2014 р.
URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
2. Про затвердження Національної рамки кваліфікацій: Постанова Кабінету Міністрів України №1341 від 23.11.2011 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>
3. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 28.07.2010 р. №327. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>
4. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>
5. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти: Наказ Міністерства освіти і науки України від 01.06.2017 р. № 600 (у редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 21.12.2017 р. № 1648).
6. Лист Міністерства освіти і науки України від 28.04.2017 р. №1/9-234.
7. A Tuning Guide to Formulating Degree Programme Profiles Including Programme Competences and Programme Learning Outcomes. Bilbao, Groningen and The Hague, 2010. URL: http://www.core-project.eu/documents/Tuning_Guide_Publicada_CoRe.pdf.
8. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 р. № 889-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.
9. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 07.06.2001 р. № 2493-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14>.

ОП переглянуто та удосконалено робочою групою у складі:

- | | |
|---|----------------------|
| 1. Бурцева Олена Єгорівна, доцент кафедри менеджменту, кандидат економічних наук, доцент | голова робочої групи |
| 2. Корж Марина Володимирівна, доктор економічних наук, професор | член робочої групи |
| 3. Фоміченко Інна Петрівна, доцент кафедри менеджменту, кандидат економічних наук, доцент | член робочої групи |

Рецензії зовнішніх стейкхолдерів

1. Цимарман Є.В., генеральний директор ПАТ «ВЕСКО», м. Дружківка
2. Лісовий С.В., керівник Департаменту з управління персоналом ТОВ «Корум Дружківський машинобудівний завод»
3. Дерев'янка О.В., заступник голови відділу постачання і митного декларування ПрАТ «НКМЗ», м. Краматорськ
4. Алпєєв В.О., начальник відділу маркетингу та логістики ПрАТ «ГРЕТА», м. Дружківка

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Донбаської державної машинобудівної академії.

1. Профіль освітньої програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти, структурного підрозділу	Донбаська державна машинобудівна академія Міністерства освіти і науки України, факультет економіки та менеджменту
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів, термін навчання – три роки 10 місяців
Наявність акредитації	-
Цикл / рівень	<ul style="list-style-type: none"> • за Національною рамкою кваліфікацій (НРК) України – 6 рівень • за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – 1 цикл; • за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – 6 рівень
Передумови	<ul style="list-style-type: none"> • наявність повної загальної середньої освіти або освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста; • умови вступу визначаються Правилами прийому до Донбаської державної машинобудівної академії, розробленими на основі Умов прийому до закладів вищої освіти, затверджених Міністерством освіти і науки України для року вступу.
Мова(и) викладання	Українська, англійська
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	Галузь знань 07 - Управління та адміністрування Спеціальність 075 - Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Підготовка фахівців високого рівня до організаційно-управлінської в області теорії та практики маркетингу
Особливості програми	Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку бакалаврів маркетингу, враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного бізнес-середовища.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на підприємствах будь-якої організаційно-правової форми (комерційні, некомерційні, державні, муніципальні), у яких випускники працюють як керівники або

	<p>виконавці маркетингових служб; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу. Випускники можуть працювати на посадах: замісника керівника підприємства, установи та організації; замісника керівника департаменту маркетингу, замісника керівника підрозділів збуту й логістики; замісника керівника підрозділів товарної та цінової політики; замісника керівника підрозділу з маркетингових досліджень; спеціаліста у сферах маркетингового менеджменту та маркетолога-аналітика; спеціаліста із зв'язків з громадськістю та PR, спеціаліста з інтернет- маркетингу.</p> <p>Відповідно до Державного класифікатора посад і професій випускники придатні до працевлаштування за професіями:</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p> <p>3415 Технічні та торговельні представники</p> <p>3416 Закупники</p> <p>3429 Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери</p> <p>3436.1 Помічники керівників підприємств, установ та організацій</p> <p>3436.2 Помічники керівників виробничих та інших основних підрозділів</p> <p>3436.3 Помічники керівників малих підприємств без апарату управління</p>
Подальше навчання	Отримання освіти на другому (магістерському) рівні вищої освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання
Оцінювання	Усне та письмове опитування, тести, презентація наскрізних проектів; захист аналітичних звітів, оцінка рефератів та есе; захист розрахункових та розрахунково-графічних робіт тощо. Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання може бути досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни або наукової роботи; мінімальний пороговий рівень оцінки визначається за допомогою якісних критеріїв і трансформується в мінімальну позитивну оцінку використовуваної числової (рейтингової) шкали: 90-100%, 75-89%, 55-74% та «менше 55%»
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	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

	<p>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.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<p>Фахові компетентності</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності</p>

7 – Програмні результати навчання

- РН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.
- РН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- РН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- РН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- РН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- РН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- РН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- РН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- РН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- РН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- РН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- РН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- РН15. 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.
- РН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- РН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- РН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Розробники програми: 1 доктор наук, 2 кандидати наук, доценти. Всі розробники є штатним співробітниками Донбаської державної машинобудівної академії. До забезпечення виконання програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані спеціалісти з кваліфікацією відповідно до спеціальності 075 Маркетинг. До викладання дисциплін загальної підготовки залучаються науково-педагогічні працівники, сфера кваліфікації яких відповідає змісту програмних результатів навчання, які забезпечуються відповідними дисциплінами. З метою підвищення

	фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації.
Матеріально-технічне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> • навчальні корпуси; • гуртожитки; • тематичні кабінети; • спеціалізовані лабораторії; • комп'ютерні класи; • пункти харчування; • точки бездротового доступу до мережі Інтернет; • мультимедійне обладнання; • спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> • офіційний сайт ДДМА: http://www.dgma.donetsk.ua/ українською та англійською мовою • наукова бібліотека, читальні зали із доступом до щонайменше 6 вітчизняних та закордонних фахових періодичних видань відповідного спеціальності профілю; • віртуальне навчальне середовище Moodle; • пакет MS Office 365; • доступ до баз даних періодичних наукових видань Scopus та Web of Science; • робочі навчальні плани; • графіки навчального процесу • навчально-методичні комплекси дисциплін (робочі програми навчальних дисциплін; дидактичні матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт); • засоби діагностики (критерії оцінювання рівня підготовки; пакети комплексних контрольних робіт)

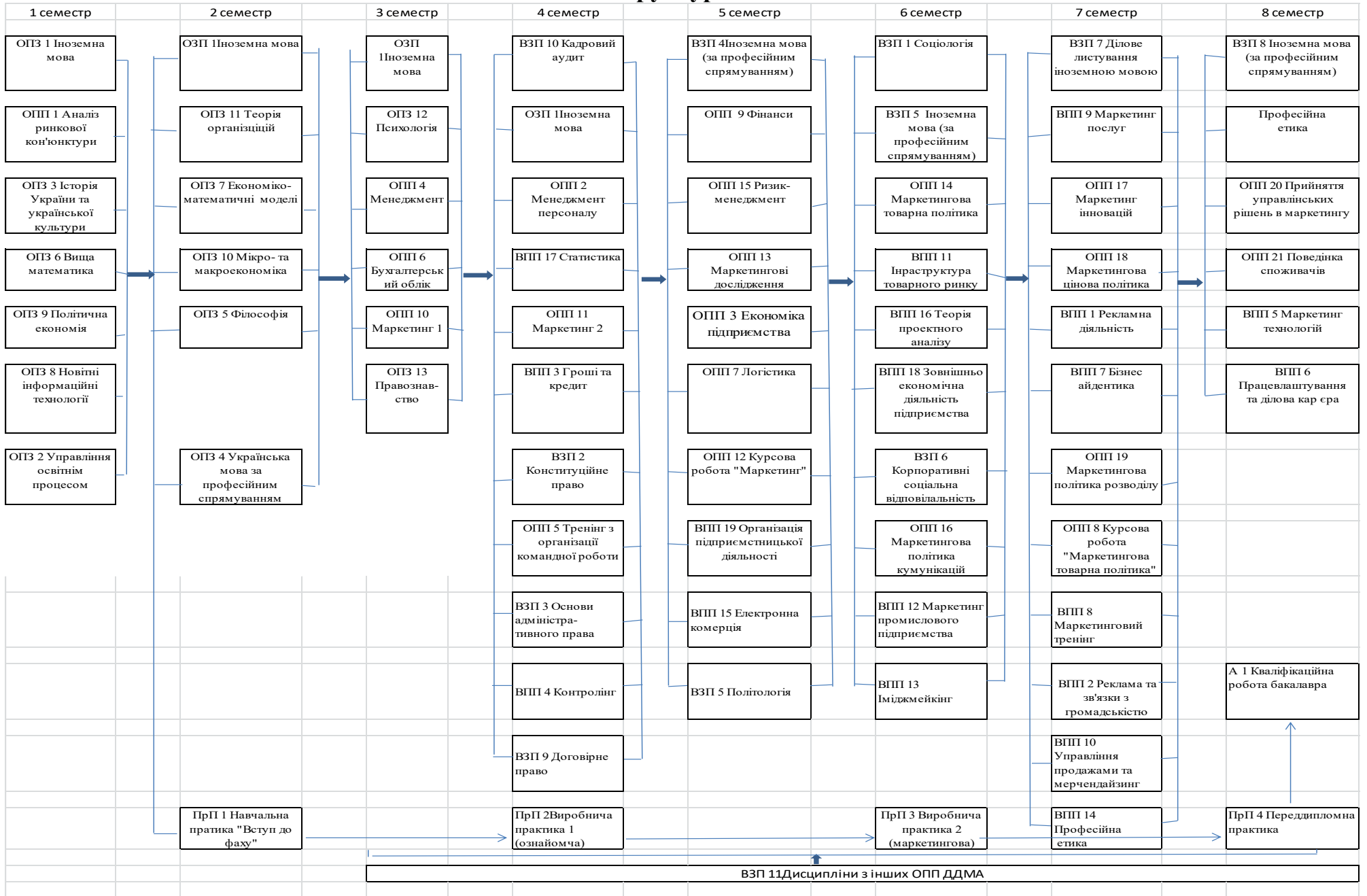
2 Перелік компонент освітньо-професійної програми та їхлогічна послідовність

1.1 Перелік компонент ОП

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1.ОБОВ'ЯЗКОВІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ			
<i>1.1. Цикл загальної підготовки (ОЗП)</i>			
ОЗП 1	Іноземна мова	12,0	залік
ОЗП 2	Управління освітнім процесом	2,0	залік
ОЗП 3	Історія України та української культури	6,0	іспит
ОЗП 4	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3,0	залік
ОЗП 5	Філософія	3,0	іспит
ОЗП 6	Вища математика	6,0	іспит
ОЗП 7	Економіко-математичні моделі	6,0	іспит
ОЗП 8	Новітні інформаційні технології	4,0	залік
ОЗП 9	Політична економія	5,0	іспит
ОЗП 10	Мікро та макроекономіка	6,0	іспит
ОЗП 11	Теорія організацій	6,0	залік
ОЗП 12	Психологія	6,0	іспит
ОЗП 13	Правознавство	5,0	залік
Всього		70,0	
<i>1.2. Цикл професійної підготовки(ОПП)</i>			
ОПП 1	Аналіз ринкової кон'юнктури	4,0	залік
ОПП 2	Менеджмент персоналу	6,0	іспит
ОПП 3	Економіка підприємства	4,0	залік
ОПП 4	Менеджмент	6,0	іспит
ОПП 5	Тренінг з організації командної роботи	1,0	залік
ОПП 6	Бухгалтерський облік	5,0	іспит
ОПП 7	Логістика	4,0	іспит
ОПП 8	Курсова робота «Маркетингова товарна політика»	1,0	диф.залік
ОПП 9	Фінанси	4,0	іспит
ОПП 10	Маркетинг (розділ 1)	5,0	іспит
ОПП 11	Маркетинг (розділ 2)	5,0	іспит
ОПП 12	Курсова робота «Маркетинг»	1,0	диф.залік
ОПП 13	Маркетингові дослідження	5,0	іспит
ОПП 14	Маркетингова товарна політика	6,0	іспит
ОПП 15	Ризик-менеджмент	4,0	залік
ОПП 16	Маркетингова політика комунікацій	5,0	іспит
ОПП 17	Маркетинг інновацій	4,0	залік
ОПП 18	Маркетингова цінова політика	4,0	іспит
ОПП 19	Маркетингова політика розподілу	5,0	залік
ОПП 20	Прийняття управлінських рішень в маркетингу	5,0	іспит
ОПП 21	Поведінка споживачів	5,0	іспит
Всього		89,0	
<i>1.3 Практична підготовка (ПрП)</i>			
ПрП 1	Навчальна практика «Вступ до фаху»	3,0	залік
ПрП 2	Виробнича практика (ознайомча)	3,0	диф.залік

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
ПрП 3	Виробнича практика (маркетингова)	3,0	диф.залік
ПрП 4	Переддипломна практика	6,0	диф.залік
Всього		15,0	
1.4 Атестація(А)			
А 1	Кваліфікаційна робота бакалавра	6,0	іспит
Всього		180,0	
2. ДИСЦИПЛІНИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ			
2.1. Цикл загальної підготовки (ВЗП)			
ВЗП 1	Соціологія	4,0	залік
ВЗП 2	Конституційне право	4,0	залік
ВЗП 3	Основи адміністративного права	4,0	залік
ВЗП 4	Іноземна мова за професійним спрямуванням	4,0	залік
ВЗП 5	Політологія	4,0	залік
ВЗП 6.	Корпоративна соціальна відповідальність	4,0	залік
ВЗП 7	Ділове листування іноземною мовою	4,0	залік
ВЗП 8	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4,0	залік
ВЗП 9	Договірне право	4,0	залік
ВЗП 10	Кадровий аудит	4,0	залік
ВЗП 11	Дисципліни з інших ОПП ДДМА	4,0	залік
Всього		20,0	
2.2. Цикл професійної підготовки(ВПП)			
ВПП 1	Рекламна діяльність	4,0	залік
ВПП 2	Реклама та зв'язки з громадськістю	4,0	залік
ВПП 3	Гроші та кредит	4,0	залік
ВПП 4	Контролінг	4,0	залік
ВПП 5	Маркетинг технологій	4,0	залік
ВПП 6	Працевлаштування та ділова кар'єра	4,0	залік
ВПП 7	Бізнес-айдентика	4,0	залік
ВПП 8	Маркетинговий тренінг	4,0	залік
ВПП 9	Маркетинг послуг	4,0	залік
ВПП 10	Управління продажами та мерчендайзинг	4,0	залік
ВПП 11	Інфраструктура товарного ринку	4,0	залік
ВПП 12	Маркетинг промислового підприємства	4,0	залік
ВПП 13	Іміджмейкінг	4,0	залік
ВПП 14	Професійна етика	4,0	залік
ВПП 15	Електронна комерція	4,0	залік
ВПП 16	Теорія проектного аналізу	4,0	залік
ВПП 17	Статистика	4,0	залік
ВПП 18	Зовнішньо економічна діяльність	4,0	залік
ВПП 19	Організація підприємницької діяльності	4,0	залік
		40	
Всього		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240,0	

2.2. Структурно-логічна схема



**5.2 Цикл професійної
підготовки(ОПП)**

	ОПП1	ОПП2	ОПП3	ОПП4	ОПП5	ОПП6	ОПП7	ОПП8	ОПП9	ОПП10	ОПП11	ОПП12	ОПП13	ОПП14	ОПП15	ОПП16	ОПП17	ОПП18	ОПП19	ОПП 20	ОПП 21	
ЗК1																+					+	
ЗК2																+						+
ЗК3	+		+				+		+	+	+	+	+				+	+	+		+	
ЗК4		+	+		+												+			+		
ЗК5				+	+										+					+		
ЗК6	+	+	+	+			+		+	+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	
ЗК7	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	
ЗК8	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+				+	+			
ЗК9	+		+					+	+	+	+	+	+	+				+	+			
ЗК 10									+				+			+						
ЗК 11		+			+															+		
ЗК 12									+										+			
ЗК 13						+		+		+	+	+		+		+		+	+		+	
ЗК 14				+											+	+				+	+	
СК1			+													+	+					
СК2																						
СК3	+	+	+		+			+	+	+	+	+	+	+				+	+	+		
СК4			+		+	+	+	+		+	+	+		+				+	+		+	
СК5		+	+		+		+		+			+					+	+	+	+	+	
СК6	+		+				+	+	+	+	+	+	+	+				+	+		+	
СК7	+		+				+	+		+	+	+	+	+				+	+		+	
СК8		+		+					+						+		+		+	+	+	
СК9			+			+		+		+	+	+		+			+	+	+			
СК 10			+			+		+		+	+	+		+			+	+	+			
СК 11	+																	+	+			
СК 12		+		+			+		+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+	
СК 13		+	+	+					+				+		+	+	+		+	+	+	
СК 14	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	

5.3 Практична підготовка (ПрП)

	ПрП 1	ПрП 2	ПрП 3	ПрП 4
ЗК1				
ЗК2				
ЗК3		+	+	+
ЗК4				
ЗК5				
ЗК6	+	+	+	+
ЗК7	+	+	+	+
ЗК8		+	+	+
ЗК9		+	+	+
ЗК10		+	+	+
ЗК11				
ЗК 12				
ЗК 13	+	+	+	+
ЗК 14				
СК1	+	+	+	+

СК2	+	+	+	+
СК3		+	+	+
СК4	+	+	+	+
СК5		+	+	+
СК6		+	+	+
СК7		+	+	+
СК8				
СК9	+	+	+	+
СК10	+	+	+	+
СК11				
СК12	+	+	+	+
СК13		+	+	+
СК14		+	+	+

6. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)

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 АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
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

