

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

рівень вищої освіти	другий (магістерський)
спеціальність	075 Маркетинг
галузь знань	07 Управління та адміністрування
кваліфікація	магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ДДМА

протокол № 8 від 28 травня 2020 р.



Голова Вченої ради ДДМА,
Ректор

В.Д. Ковальов

Краматорськ
2020

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Освітня програма обговорена та схвалена на засіданні кафедри менеджменту, протокол № 24 від 19 травня 2020 р.

В.о. завідувача кафедри:



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

Гарант освітньої програми:



О.Є.Бурцева, канд. екон. наук, доцент

Перший проректор з науково-педагогічної роботи:



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

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма розроблена на основі таких нормативних документів та рекомендацій:

1. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 р. № 1556-VII // База даних «Законодавство України» / ВР України. - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
2. Закон України «Про освіту» // База даних «Законодавство України» / ВР України. - <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010 (Редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. - <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10>.
4. Національна рамка кваліфікацій // База даних «Законодавство України» / ВР України. - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п>.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» (редакція від 30.11.2017 р.) // База даних «Законодавство України» / ВР України. - <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-п>.
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, затверджені Наказом Міністерства освіти і науки України від 01 червня 2016 р. № 600 (зі змінами) [Електронний ресурс]. - режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-rada-ministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/metodichni-rekomendaciyi-vo>
7. Лист Міністерства освіти і науки України від 28.04.2017 р. №1/9-234.
8. Захарченко В.М., Луговий В.І., Рашкевич Ю.М., Таланова Ж.В., Кремень В.Г. (ред.) Розроблення освітніх програм. К. ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. 120 с

ОП переглянуто та удосконалено робочою групою у складі:

1. Бурцева Олена Єгорівна, докторант кафедри голова робочої менеджменту (спеціальність 075 «Маркетинг»), групи кандидат економічних наук, доцент
2. Панков Віктор Андрійович, доктор економічних член робочої групи наук, професор
3. Фоміченко Інна Петрівна, доцент кафедри член робочої групи менеджменту, кандидат економічних наук, доцент
4. Дерев'янка Ольга Валентинівна заступник член робочої групи голови відділу постачання і митного декларування ПрАТ «НКМЗ», м. Краматорськ

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	магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів, термін навчання – 1 рік 4 міс.
Наявність акредитації	-
Цикл / рівень	• за Національною рамкою кваліфікацій (НРК) України – 7 рівень • за Qualifications Framework for the European Higher Education Area (QF-EHEA) – 2 цикл; • за European Qualifications Framework (EQF-LLL) – 7 рівень
Передумови	• наявність ступеня бакалавра або освітньо-кваліфікаційного рівня 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. Для здобуття ступеня магістра також приймаються особи, які здобули раніше такий самий або вищий ступінь (рівень) вищої освіти або здобувають його не менше одного року та виконують у повному обсязі індивідуальний навчальний план.
Мова(и) викладання	Українська, англійська
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка фахівців високого рівня, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з проведення ефективного управління маркетинговою діяльністю організацій та підприємств, зокрема промислових, здатні впроваджувати отримані знання в наукових дослідженнях, пов'язаних з проблемами розвитку маркетингової теорії та практики.	
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 із застосуванням компетентностного підходу фахівців високого рівня до організаційно-управлінської, аналітичної та науково-дослідної діяльності в області теорії та практики маркетингу, зокрема промислового.
Особливості	Орієнтована на глибоку спеціальну підготовку маркетологів,

програми	враховуючи вимоги ринку праці, ініціативних та здатних швидко пристосовуватись до сучасного мінливого бізнес-середовища та науково-дослідної сфери
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 виконавці маркетингових служб; органи державного та муніципального управління; структури, у яких випускники є підприємцями, що створюють та розвивають власну справу; науково-дослідницькі організації, пов'язані з вирішенням маркетингових проблем; установи системи вищої освіти. Випускники можуть працювати на посадах: викладача вищих навчальних закладів та науковця, спеціаліста науково-дослідницької установи, керівника та замісника керівника підприємства, установи та організації; керівника департаменту маркетингу, керівника підрозділів збуту й логістики; керівника підрозділів товарної та цінової політики; 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. Відповідно до Державного класифікатора посад і професій випускники придатні до працевлаштування за професіями: 1210 Керівники підприємств, установ та організацій 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні 1229.6 Керівники підрозділів у сфері культури, відпочинку та спорту 1229.7 Керівники інших основних підрозділів в інших сферах діяльності 1233 Директор з маркетингу, Начальник відділу збуту (маркетингу) 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1235 Керівники підрозділів матеріально-технічного постачання 1238 Керівники проектів та програм 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні 1318 Керівники малих підприємств без апарату управління в побутовому обслуговуванні 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі 1453 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими та непродовольчими товарами та їх ремонті 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами 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	Отримання освіти на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти (доктор філософії)
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 розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Фахові компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

7 – Програмні результати навчання

- ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
- ПРН 16. Консолідувати та комплексно застосовувати методи маркетингової діагностики, планування та управління при розробці маркетингових планів, програм подальшого розвитку промислових підприємств.
- ПРН 17. Знати психологічні методи та прийоми, що застосовуються у сфері маркетингового управління, та використовувати набуті знання для оцінки об'єктивних факторів оточення, створення умов щодо генерування нових ідей у мінливому бізнес-середовищі та вирішення актуальних маркетингових завдань.

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

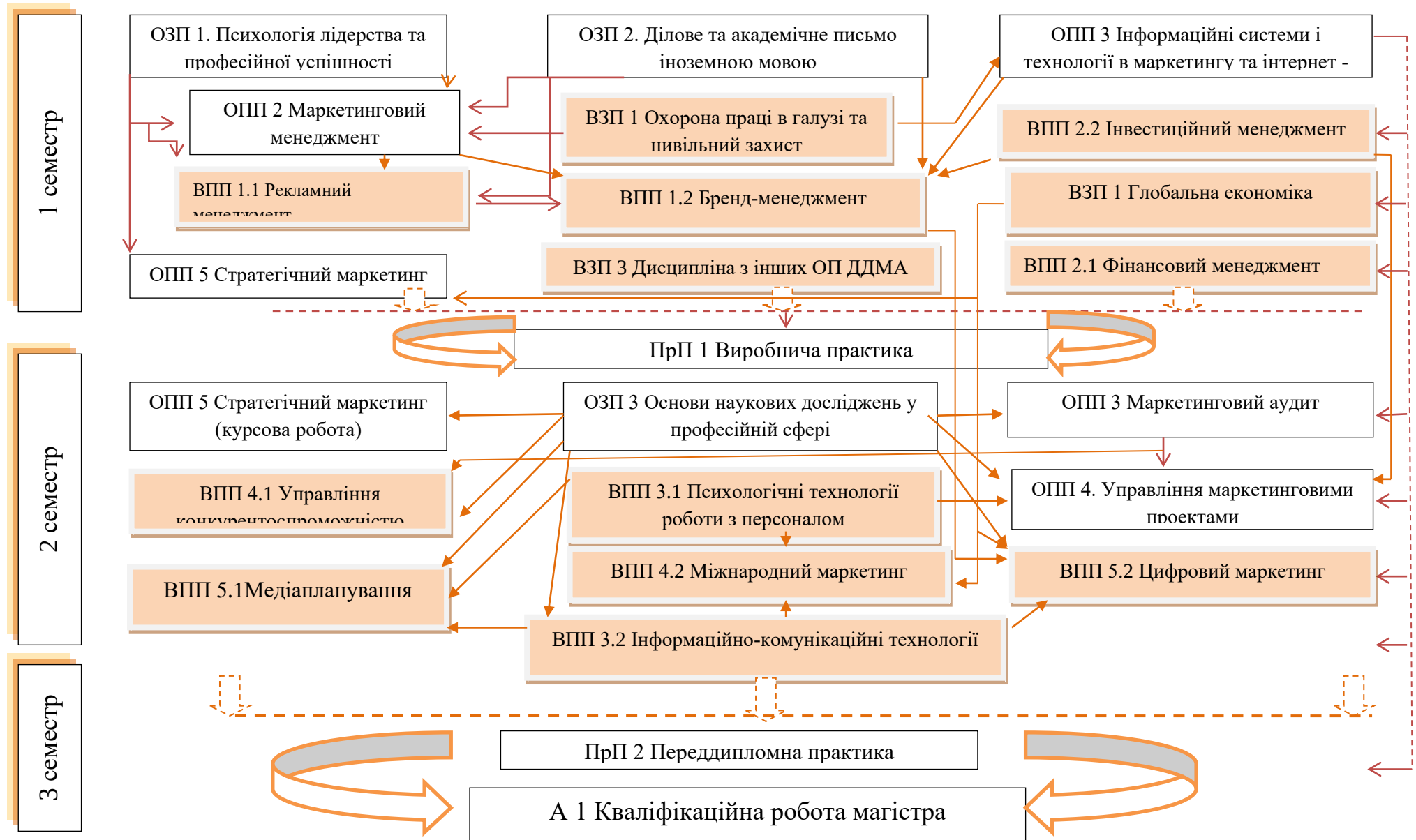
	п'ять років проходять підвищення кваліфікації.
Матеріально-технічне забезпечення	– навчальні корпуси; – гуртожитки; – тематичні кабінети; – спеціалізовані лабораторії; – комп'ютерні класи; – пункти харчування; – точки бездротового доступу до мережі Інтернет; – мультимедійне обладнання; – спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	– 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; матеріали для самостійної та індивідуальної роботи студентів з дисциплін; програми практик; методичні вказівки щодо виконання курсових робіт); – засоби діагностики успішності навчання.

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

2.1 Перелік компонент ОП

Код	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1. ОBOB'ЯЗKOBІ HABЧAЛbНІ ДИСЦИПЛІНИ			
1.1 Цикл загальної підготовки (ОЗП)			
ОЗП 1	Психологія лідерства та професійної успішності	3,0	залік
ОЗП 2	Ділове та академічне письмо іноземною мовою	3,0	залік
ОЗП 3	Основи наукових досліджень у професійній сфері	3,0	залік
Всього		9,0	
1.2 Цикл професійної підготовки (ОПП)			
ОПП 1	Стратегічний маркетинг	5,0	іспит
ОПП 2	Маркетинговий менеджмент	4,0	іспит
ОПП 3	Маркетинговий аудит	5,0	іспит
ОПП 4	Управління маркетинговими проектами	4,0	іспит
ОПП 5	Курсова робота "Стратегічний маркетинг"	2,0	диф. залік
ОПП 6	Інформаційні системи і технології в маркетингу та інтернет-маркетинг	4,0	залік
Всього		23,0	
1.3 Практична підготовка (ПрП)			
ПрП 1	Виробнича практика	4,5	диф. залік
ПрП 2	Переддипломна практика	6,0	диф. залік
Всього		10,5	
1.4 Атестація (А)			
А 1	Кваліфікаційна робота магістра	24,0	
Всього		24,0	
2. ДИСЦИПЛІНИ ВІЛЬНОГО ВИБОРУ			
2.1. Цикл загальної підготовки (ВЗП)			
ВЗП 1	Охорона праці в галузі та цивільний захист	3,0	диф. залік
ВЗП 2	Глобальна економіка		
ВЗП 3	Дисципліни з інших ОП ДДМА		
Всього		3,0	
2.2. Цикл професійної підготовки(ВПП)			
ВПП 1.1	Рекламний менеджмент	3,0	залік
ВПП 1.2	Бренд-менеджмент		
ВПП 2.1	Фінансовий менеджмент	5,0	іспит
ВПП 2.2	Інвестиційний менеджмент		
ВПП 3.1	Психологічні технології роботи з персоналом	4,0	залік
ВПП 3.2	Інформаційно-комунікаційні технології		
ВПП 4.1	Управління конкурентоспроможністю	4,0	іспит
ВПП 4.2	Міжнародний маркетинг		
ВПП 5.1	Медіапланування	4,5	іспит
ВПП 5.2	Цифровий маркетинг		
Загальний обсяг вибіркових компонент:		20,5	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90,0	

Структурно-логічна схема



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи магістра та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації «магістр маркетингу».

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОЗП 1	ОЗП 2	ОЗП 3	ОНП 1	ОНП 2	ОНП 3	ОНП 4	ОНП 5	ОНП 6	ПрП 1	ПрП 2	А 1	ВЗП 1			ВПП 1		ВПП 2		ВПП 3		ВПП 4		ВПП 5	
													ВЗП 1	ВЗП 2	ВЗП 3	ВПП 1.1	ВПП 1.2	ВПП 2.1	ВПП 2.2	ВПП 3.1	ВПП 3.2	ВПП 4.1	ВПП 4.2	ВПП 5.1	ВПП 5.2
ЗК1	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК2	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+	+		+	+	+	+
ЗК3		+	+	+	+	+							+	+			+		+		+				+
ЗК4	+	+		+				+		+	+	+		+		+	+			+	+	+	+	+	+
ЗК5	+						+						+	+		+	+			+	+	+	+	+	
ЗК6		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+	+	+		+	+
ЗК7			+			+										+	+								
ЗК8	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+			+	+	+
СК1			+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+
СК2		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+
СК3	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		+	+			+	+
СК4	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+		+	+	+
СК5	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+		+	+
СК6	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК7			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+	+	+	+	+
СК8	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
СК9			+	+	+	+	+		+	+	+	+					+					+			

5. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (7-й рівень, магістерський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання	Уміння	Комунікація	Автономія та відповідальність
	ЗН1. Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи ЗН2. Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	УМ1. Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог УМ2. Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	К1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються К2. Використання іноземних мов у професійній діяльності	АВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування АВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди АВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
Загальні компетентності - 8				
ЗК1		УМ1	К1	АВ1
ЗК2	ЗН2	УМ2		АВ1
ЗК3	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
ЗК4	ЗН2	УМ1		АВ1
ЗК5		УМ1	К1	АВ2
ЗК6	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
ЗК7	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
ЗК8	ЗН1	УМ2		АВ3
Спеціальні (фахові) компетентності - 11				
СК1	ЗН1	УМ1		АВ3
СК2	ЗН2			АВ3
СК3	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
СК4	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
СК5	ЗН1	УМ2		АВ1
СК6	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
СК7	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК8	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
СК9	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
СК10	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
СК11			К1	АВ2

6. Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей НРК

(*Складено робочою групою у відповідності до Стандарту з урахуванням рекомендацій стейкхолдерів)

Програмні результати навчання (15-25)	Інтегральна компетентність	Компетентності																
		Загальні компетентності								Спеціальні компетентності								
		ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9
P1										+	+							+
P2		+	+							+	+							+
P3		+					+		+			+		+				
P4		+	+		+										+	+	+	
P5							+		+		+	+						
P6		+							+	+	+				+		+	
P7			+	+									+	+	+		+	
P8			+			+							+					
P9		+								+			+		+		+	
P10		+	+												+	+	+	
P11							+							+	+	+	+	
P12		+							+					+		+	+	
P13		+		+										+	+	+	+	
P14					+	+									+		+	
P15							+				+	+		+		+		
P16		+		+	+		+			+				+			+	
P17		+	+		+	+	+		+				+		+			

