

ПРОЄКТ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Протокол засідання вченої ради
Українського державного
університету залізничного
транспорту

«28» лютого 2017 №1

(В редакції після перегляду)

Протокол засідання вченої ради
Українського державного
університету залізничного
транспорту

«__» _____ №__

Ввести в дію
з 2023/2024 навчального року

Ректор

_____ С.В. Панченко

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

Рівень вищої освіти:	другий
Ступінь вищої освіти:	магістр
Галузь знань:	07 Управління і адміністрування
Спеціальність:	075 Маркетинг

Харків – 2024 р.

1. Преамбула

Законом України «Про вищу освіту» встановлено, що:

1) освітньо-професійна програма – єдиний комплекс освітніх компонентів (навчальних дисциплін, індивідуальних завдань, практик, контрольних заходів тощо), спрямованих на досягнення передбачених такою програмою результатів навчання, що дає право на отримання визначеної освітньої або освітньої та професійної (професійних) кваліфікації (кваліфікацій);

2) стандарт вищої освіти визначає такі вимоги до освітньої програми:

обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття відповідного ступеня вищої освіти;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою, та результатів їх навчання;

перелік обов'язкових компетентностей випускника;

нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання;

форми атестації здобувачів вищої освіти;

вимоги до створення освітніх програм підготовки за галуззю знань, двома галузями знань або групою спеціальностей (у стандартах рівня молодшого бакалавра), міждисциплінарних освітньо-професійних програм (у стандартах магістра та доктора філософії);

вимоги професійних стандартів (за їх наявності);

3) освітня програма повинна містити:

перелік освітніх компонентів, їх логічну послідовність;

вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою;

кількість кредитів ЄКТС, необхідних для виконання цієї програми, а також очікувані програмні результати навчання (компетентності), якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти;

4) заклад вищої освіти на підставі відповідної освітньої програми розробляє навчальний план, що визначає перелік та обсяг освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, їх логічну послідовність, форми організації освітнього процесу, види та обсяг навчальних занять, графік навчального процесу, форми поточного і підсумкового контролю, що забезпечують досягнення здобувачем відповідного ступеня вищої освіти програмних результатів навчання. На основі навчального плану у визначеному закладом вищої освіти порядку для кожного здобувача вищої освіти розробляються та затверджуються індивідуальні навчальні плани на кожний навчальний рік.

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління і адміністрування для другого (магістерського) рівня, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

Розроблено проектною групою спеціальності 075 «Маркетинг» Українського державного університету залізничного транспорту у складі:

СИВОЛОВСЬКА Олена Вікторівна	– керівник проєктної групи; доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії, кандидат екон. наук;
ЗОРИНА Олена Іванівна	– професор, завідувач кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії доктор екон. наук,
ДЕРГОУСОВА Алла Олександрівна	– доцент кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії кандидат екон. наук;

з залученням та врахуванням позицій і потреб таких стейкхолдерів:

ТРОЙНИКОВ Дмитро Сергійович	– Регіональна філія «Південна залізниця» АТ «Укрзалізниця» Служба комерційної роботи та маркетингу виробничого підрозділу
СОРОКІН Сергій Олександрович	Регіональна філія «Донецька залізниця» АТ «Укрзалізниця» Служба організації та проведення закупівель
ШЕЛКОВАЯ Марія Олександрівна	– директор Харківського регіонального управління ПрАТ «Unives»
БОРОВСЬКА Ольга Геннадіївна	Заступник міського голови з питань діяльності виконавчих органів Жмеринської міської ради
ДОЛІНСЬКА Тетяна Володимирівна	– Master of Business Administration Співзасновник ТОВ «Український південний мережевий інформаційний центр»
РЕЗНІЧЕНКО Костянтин Андрійович	- студент 1- курсу магістерського рівня підготовки

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений:

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений:

1) на засіданні кафедри маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії від «29» січня 2024 р (протокол № 12);

2) науково-методичної комісії економічного факультету від «09» лютого 2024 р (протокол № 6);

3) вченої ради економічного факультету від «12» лютого 2024 р. (протокол № 6);

4) затверджено на засіданні вченої ради Українського державного університету залізничного транспорту від «__» __ 2024 р. (протокол № __).

2. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

2.1 Загальна характеристика

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Обмеження щодо форм навчання	Обмеження відсутні
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не надається
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Опис предметної області	<p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність підприємств, у тому числі залізничного транспорту, як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Цілі навчання: підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними маркетинговими та управлінськими компетентностями, необхідними для вирішення проблем, розв'язання складних задач маркетингової діяльності підприємства, у тому числі транспортної галузі, що передбачають діагностування, аналіз, прогнозування, стратегічне і оперативне управління, розробку і реалізацію маркетингових стратегій, проектів і програм, здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: сутність 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, у тому числі для підприємств транспортної галузі.</p>

	<p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та маркетингові технології та інструменти, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні та професійні права випускників	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
Кількість семестрів/років навчання	3/1, 4 роки

2.2 Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітньо-професійною програмою: наявність освітнього ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційний рівень «спеціаліст»).

2.3 Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття другого (магістерського) ступеня вищої освіти за освітньо- професійною програмою становить 90 кредитів ЄКТС.

Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти магістра за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

Обсяг дисциплін вільного вибору студентів має становити не менш як 25% загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених освітньою програмою.

2.4 Перелік компетентностей випускника

Інтегральна компетентність	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	
Загальні компетентності	ЗК 1	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК 2	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
	ЗК 3	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

	ЗК 4	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
	ЗК 5	Навички міжособистісної взаємодії.
	ЗК 6	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
	ЗК 7	Здатність проявляти ініціативу та підприємливість.
	ЗК8	Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК 1	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
	СК 2	Здатність коректної інтерпретації результатів останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування, у тому числі, на транспортних підприємствах.
	СК 3	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
	СК 4	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
	СК 5	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
	СК 6	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
	СК 7	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта, у тому числі, транспортної галузі, та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків.
	СК 8	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта, у тому числі транспортної галузі, та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
	СК 9	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

2.5 Нормативний зміст підготовки здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання

РН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

РН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта, у тому числі транспортної галузі.

РН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

РН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, у тому числі, підприємств транспортної галузі, з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.

РН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

РН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта (в тому числі, транспортної галузі) на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

РН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

РН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

РН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів, у тому числі, на ринку транспортних послуг, в процесі прийняття маркетингових рішень.

РН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів

РН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

РН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

РН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, у тому числі, транспортної галузі, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

РН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

РН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

PH16. Усвідомлювати важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення у професійній діяльності, дотримуватись морально культурних цінностей.

Відповідність результатів навчання та компетентностей наведена в таблиці 1, відповідність результатів навчання та освітніх компонент – в таблиці 2.

3. Перелік освітніх компонентів та їх логічна послідовність

№ з/п	Освітня компонента	Кількість кредитів ЄКТС	Тривалість вивчення (у семестрах)	Форма підсумкового контролю
1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ				
OK 01	Глобальна економіка	3	1	екзамен
OK02	Інноваційний розвиток підприємства	3	1	залік
OK 03	Бізнес планування	3	1	екзамен
OK 04	Економічна оцінка маркетингових проектів та бізнес планів	3	1	залік
OK05	Практикум з іншомовного наукового спілкування	3	1	залік
	Обсяг освітніх компонент циклу загальної підготовки	15	-	-
Дисципліни вільного вибору студента циклу загальної підготовки				
ВК 01	Дисципліна 1**	3	1	*
ВК 02	Дисципліна 2**	3	1	*
	Обсяг вибіркового освітніх компонент	6	-	-
	Всього за циклом загальної підготовки	21	-	-
2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ				
OK 06	Логістичний менеджмент	3	1	екзамен
OK 07	Курсова робота з дисципліни «Логістичний менеджмент»	1	-	захист
OK 08	Рекламний менеджмент	3	1	екзамен

ОК 09	Маркетинговий менеджмент	3	1	екзамен
ОК 10	Курсова робота з дисципліни «Маркетинговий менеджмент»	1	-	захист
ОК 11	Бренд менеджмент	3	1	екзамен
ОК 12	Економічна діагностика	3	1	залік
ОК 13	Маркетингова політика розподілу	3	1	екзамен
ОК 14	Конкурентна стратегія підприємства	3	1	залік
	Обсяг освітніх компонент циклу професійної підготовки	23	-	-
Дисципліни вільного вибору студента циклу професійної підготовки				
ВК 03	Дисципліна 1**	6	1	*
ВК 04	Дисципліна 2**	6	1	*
ВК 05	Дисципліна 3**	6	1	*
	Обсяг вибіркового освітніх компонент	18	-	-
	Всього за циклом професійної підготовки	41	-	-
ОК 15	Виробнича практика	6	-	залік
ОК 16	Переддипломна практика	4	-	залік
ОК 17	Підготовка випускної кваліфікаційної роботи	17	1	-
ОК18	Захист випускної кваліфікаційної роботи	1		
	Загальний обсяг освітньої програми	90	-	-

* - форма підсумкового контролю визначається навчальним планом;

** - освітня компонента визначається за результатами вибору студентів відповідно до встановленого порядку.

Логічна послідовність вивчення освітніх компонент визначається їх черговістю за початком вивчення (для освітніх компонент, які вивчаються протягом кількох семестрів початок вивчення освітніх компонент визначається першим семестром їх вивчення). Освітні компоненти наступної черги не можуть вивчатися до або одночасно з початком вивчення освітніх компонент попередньої черги.

Черговість вивчення освітніх компонент:

1) освітні компоненти першої черги:
інноваційний розвиток підприємства;
логістичний менеджмент;
бізнес планування;
рекламний менеджмент;
бренд-менеджмент;

2) освітні компоненти другої черги:
економічна оцінка маркетингових проєктів та бізнес-планів;
маркетинговий менеджмент;
глобальна економіка;
економічна діагностика;
маркетингова політика розподілу;
конкурентна стратегія підприємства;

3) освітні компоненти третьої черги:
виробнича практика;
переддипломна практика;

4) освітня компонента четвертої черги:
підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи;
захист випускної кваліфікаційної роботи.

Черговість вивчення вибірових освітніх компонент визначається навчальним планом на 2021/2022 навчальний рік.

4. Форми атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу (у тому числі, в транспортній галузі), що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному веб-сайті або у репозитарії Українського державного університету залізничного транспорту, або веб-сайті його структурного підрозділу. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

5. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Українському державному університеті залізничного транспорту функціонує система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітню програму, ступінь вищої освіти та кваліфікацію;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників і здобувачів вищої освіти.

6. Перелік нормативних документів, на яких базується Стандарт вищої освіти

Згідно статті 32 п. 1 Закону України «Про вищу освіту» Український державний університет залізничного транспорту проводить підготовку магістрів за спеціальністю 075 Маркетинг.

Діяльність закладу вищої освіти базується на принципах:

- 1) автономії та самоврядування;
- 2) розмежування прав, повноважень і відповідальності засновника (засновників), державних органів та органів місцевого самоврядування, до сфери управління яких належить заклад вищої освіти, органів управління закладу вищої освіти та його структурних підрозділів;
- 3) поєднання колегіальних та єдиноначальних засад;
- 4) незалежності від політичних партій, громадських і релігійних організацій (крім вищих духовних навчальних закладів).

Перелік використаних джерел

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>

Таблиця 1 – Матриця відповідності результатів навчання та компетентностей

Програмні результати навчання (РН)	Інтегральна компетентність (ІК)	Компетентності																		
		Загальні компетентності (ЗК)								Спеціальні (фахові) компетентності (СК)										
		ЗК01	ЗК02	ЗК03	ЗК04	ЗК05	ЗК06	ЗК07	ЗК08	СК01	СК02	СК03	СК04	СК05	СК06	СК07	СК08	СК09		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19		
РН 1	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										+	+							+	
РН 2		+	+								+	+								+
РН 3		+					+			+			+		+					
РН 4		+	+		+											+	+	+		
РН 5								+		+		+	+							
РН 6		+								+	+	+				+			+	
РН 7			+	+										+	+	+			+	
РН 8			+	+			+							+						
РН 9		+									+			+		+			+	
РН 10		+	+													+	+	+	+	
РН 11								+							+	+	+	+	+	
РН 12		+								+						+		+	+	
РН 13		+			+										+	+	+	+	+	
РН 14						+	+									+			+	
РН 15								+					+	+		+		+		
РН 16			+			+				+							+	+	+	

Таблиця 2 – Матриця відповідності результатів навчання та освітніх компонент

Програмні результати навчання РН	Основні компоненти (ОК)																	
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18
РН 1	+			+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
РН 2	+		+			+	+	+			+		+	+	+	+	+	+
РН 3				+		+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+
РН 4		+	+			+	+	+	+	+	+		+	+			+	+
РН 5					+				+								+	+
РН 6				+		+	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+
РН7		+	+						+	+	+				+	+	+	+
РН 8					+			+	+						+	+	+	+
РН 9		+	+			+	+	+	+	+	+		+		+	+	+	+
РН 10		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+				+	+
РН11				+					+	+		+		+	+	+	+	+
РН 12	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+			+	+	+	+	+
РН 13			+			+	+	+	+	+	+	+	+				+	+
РН 14	+	+	+		+			+	+	+	+			+		+	+	+
РН15	+	+	+	+								+		+	+	+	+	+
РН16	+	+	+			+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+

Таблиця 3 – Матриця відповідності загальних та фахових компетенцій освітнім компонентам

Програмні результати навчання РН	Основні компоненти (ОК)																	
	ОК01	ОК02	ОК03	ОК04	ОК05	ОК06	ОК07	ОК08	ОК09	ОК10	ОК11	ОК12	ОК13	ОК14	ОК15	ОК16	ОК17	ОК18
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						+	+	+	+	+	+			+			+	+

*Умовні позначення: ЗК – загальні компетентності, СК - спеціальні компетентності, ОК – основні компоненти

Керівник проєктної групи,
доцент кафедри маркетингу,
комерційної діяльності та економічної теорії

Олена СИВОЛОВСЬКА

Професор, завідувач кафедри маркетингу,
комерційної діяльності та економічної теорії

Олена ЗОРІНА

Доцент кафедри маркетингу,
комерційної діяльності та економічної теорії

Алла ДЕРГОУСОВА

Голова органу студентського самоврядування
економічного факультету

Дар'я ФЕДОРКОВА