

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Назва вищого навчального закладу

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

«Маркетинг»

рівня вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

ступінь вищої освіти Бакалавр

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

спеціальність 075 «Маркетинг»

кваліфікація: бакалавр з маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Львівського національного аграрного університету

(протокол № 8 від 25 червня 2021 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2021 р.

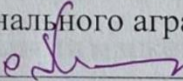
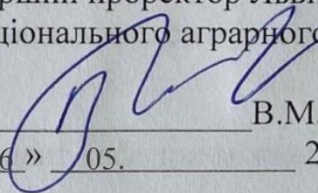

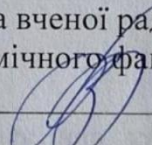
(наказ № 126 від 25 червня 2021 р.)

Ректор Снітинський В. В. /



Дубляни 2021 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ**

<p style="text-align: center;">«ПОГОДЖЕНО»</p> <p>Керівник відділу забезпечення якості вищої освіти Львівського національного аграрного університету</p> <p> О.Я. Микула</p> <p>« 26 » 05. 2021 р.</p>	<p style="text-align: center;">«ПОГОДЖЕНО»</p> <p>Перший проректор Львівського національного аграрного університету</p> <p> В.М. Боярчук</p> <p>« 26 » 05. 2021 р.</p>
<p style="text-align: center;">«СХВАЛЕНО»</p> <p>Методичною комісією економічного факультету Протокол №4 Від «13» квітня 2021 р.</p> <p>Голова методичної комісії</p> <p> Ковалів В.М.</p>	<p style="text-align: center;">«РЕКОМЕНДОВАНО»</p> <p>Вченою радою економічного факультету Львівського національного аграрного університету</p> <p>Протокол №7 Від «15» квітня 2021 р. Голова вченої ради економічного факультету</p> <p> Ковалів В.М.</p>

ПЕРЕДМОВА

Освітня програма розроблена для освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» групою в складі:

1. Брух Оксана Олексіївна – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНАУ.

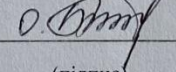
2. Булик Оксана Богданівна – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНАУ.

3. Федів Ірина Михайлівна – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНАУ.

4. Нестерович Андрій Васильович – к.е.н., директор ТОВ «Краснебрук».

5. Бойко Юлія Миколаївна – здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності «Маркетинг».

Гарант освітньої програми – Брух Оксана Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Гарант освітньої програми  Брух О.О.
(підпис)

Розглянуто на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Протокол №13 від 22 березня 2021 р.

Рецензенти:

1. *Гринкевич С.С.* – д.е.н., професор кафедри маркетингу і логістики, Інституту економіки і менеджменту, Національного університету «Львівська політехніка».

2. *Логоша Р.В.* – д.е.н., доцент кафедри аграрного менеджменту та маркетингу Вінницького національного аграрного університету.

3. *Поперечний С.І.* – к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького.

4. *Рурак І.В.* – менеджер зі збуту ТОВ «Краснебрук».

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 - Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Львівський національний аграрний університет Факультет - економічний
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	ОС Бакалавр Спеціальність 075 «Маркетинг» Кваліфікація Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців Обсяг освітньої програми бакалавра: - на базі повної загальної середньої освіти: 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців - на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 10 місяців
Наявність акредитації	Первинна
Цикл/рівень	Бакалавр: НРК України - 7 рівень; FQ-EHEA – перший цикл; EQFLLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються Правилами прийому до Львівського національного аграрного університету, затвердженими Вченою радою ЛНАУ
Мова(и) викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	Денна форма - 3 роки 10 місяців Заочна форма – 4 роки 7 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://lnau.edu.ua/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють необхідними фаховими знаннями та навиками, сучасним філософським мисленням, комплексом загальних та професійних компетентностей для вмілого вирішення прикладних завдань у сфері маркетингу в умовах глобалізації економіки.	

3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в сфері маркетингу. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, ринкове сегментування, маркетингова товарна політика, збутова політика, маркетингова цінова політика, комплекс маркетингових комунікацій, організація маркетингової діяльності.
Особливості програми	Програма ґрунтується на основних поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку сучасного ринку. Програма передбачає відповідну підготовку маркетологів, здатних до швидкої адаптації трансформаційних ринкових змін та новітнього бізнес-середовища. Враховує особливості вирішення практичних питань маркетинговій діяльності загалом, в тому числі АПК. Основними складовими освітньої програми є проходження як навчальних, так і виробничої практик у аграрних підприємствах різної форми власності, рекламних і ПР-агенціях та інших інституціях, які проводять маркетингову діяльність.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник з професійною кваліфікацією «Бакалавр маркетингу» придатний до працевлаштування на відповідні посади на підприємствах, в системі державного управління та місцевого самоврядування: консультант з маркетингу, менеджер (управитель) з маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, агент рекламний, менеджер (управитель) з реклами, представник з реклами, рекламист, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю, фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, економіст із збуту, економіст із ціноутворення, менеджер (управитель) із збуту, організатор із збуту. Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.
Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студенто-центроване навчання з використанням традиційних та нетрадиційних методів: тематичних, проблемних, відкритих та гостьових лекцій, консультаційних лекцій, презентацій, дискусій, круглих столів, тренінгів, застосування кейс-методів, ділових ігор, вирішення розрахунково-аналітичних й творчих задач, самостійна робота студентів, підготовка курсових робіт,

	навчальні та виробнича практики (в т.ч. проведення навчального тренінгу), атестаційний екзамен.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за системою ECTS. Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: – поточний контроль – усне та письмове опитування, оцінка роботи в малих групах, тестування, захист індивідуальних завдань; – підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю; – державна атестація – атестаційний екзамен.
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 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

	<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 інноваційної 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 та визначати особливості функціонування ринків.</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 кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а</p>

	<p>також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. 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.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Усі науково-педагогічні працівники, задіяні у викладанні навчальних дисциплін, мають повну вищу освіту (магістр, спеціаліст), проводять активну наукову роботу, підвищують кваліфікацію та професійну майстерність у закладах вищої освіти, на підприємствах України та закордону.</p>
Матеріально-технічне забезпечення	<p>Матеріально-технічна база для спеціальності 075 «Маркетинг» створена і відповідає вимогам до акредитації спеціальності. Аудиторний фонд дозволяє проводити лекційні та практичні заняття з усіх навчальних дисциплін. Забезпеченість мультимедійним обладнанням та комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі. Наявна уся необхідна соціально-побутова інфраструктура.</p>

	Кількість місць у гуртожитках є достатньою. Задоволення соціально-побутових потреб учасників навчального процесу забезпечують: гуртожитки, готель; заклади громадського харчування (кафе, їдальня, буфети тощо); кіоски; спортивні майданчики та спортзали; парки. Львівський національний аграрний університет має статус студентського містечка.
Інформаційне навчально-методичне забезпечення та	На офіційному сайті університету http://lnau.edu.ua/lnau/ розміщена вся необхідна інформація про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому та контакти. Всі зареєстровані в університеті користувачі мають необмежений доступ до мережі Інтернет. Освітній процес в повній мірі забезпечений навчально-методичною та науковою літературою. На випусковій кафедрі функціонує навчально-методичний кабінет, укомплектований навчальними і науковими виданнями. Фонди наукової, навчальної літератури, читальні зали розташовані як у навчальних корпусах, так і в гуртожитках університету.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним аграрним університетом та вищими навчальними закладами України.
Міжнародна кредитна мобільність	У рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між Львівським національним аграрним університетом та навчальними закладами країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе на загальних умовах.
10 – Форми атестації здобувачів вищої освіти	
Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі атестаційного екзамену
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачою документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.
11 – Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти (регламентується Положенням про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Львівському національному університеті природокористування)	

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

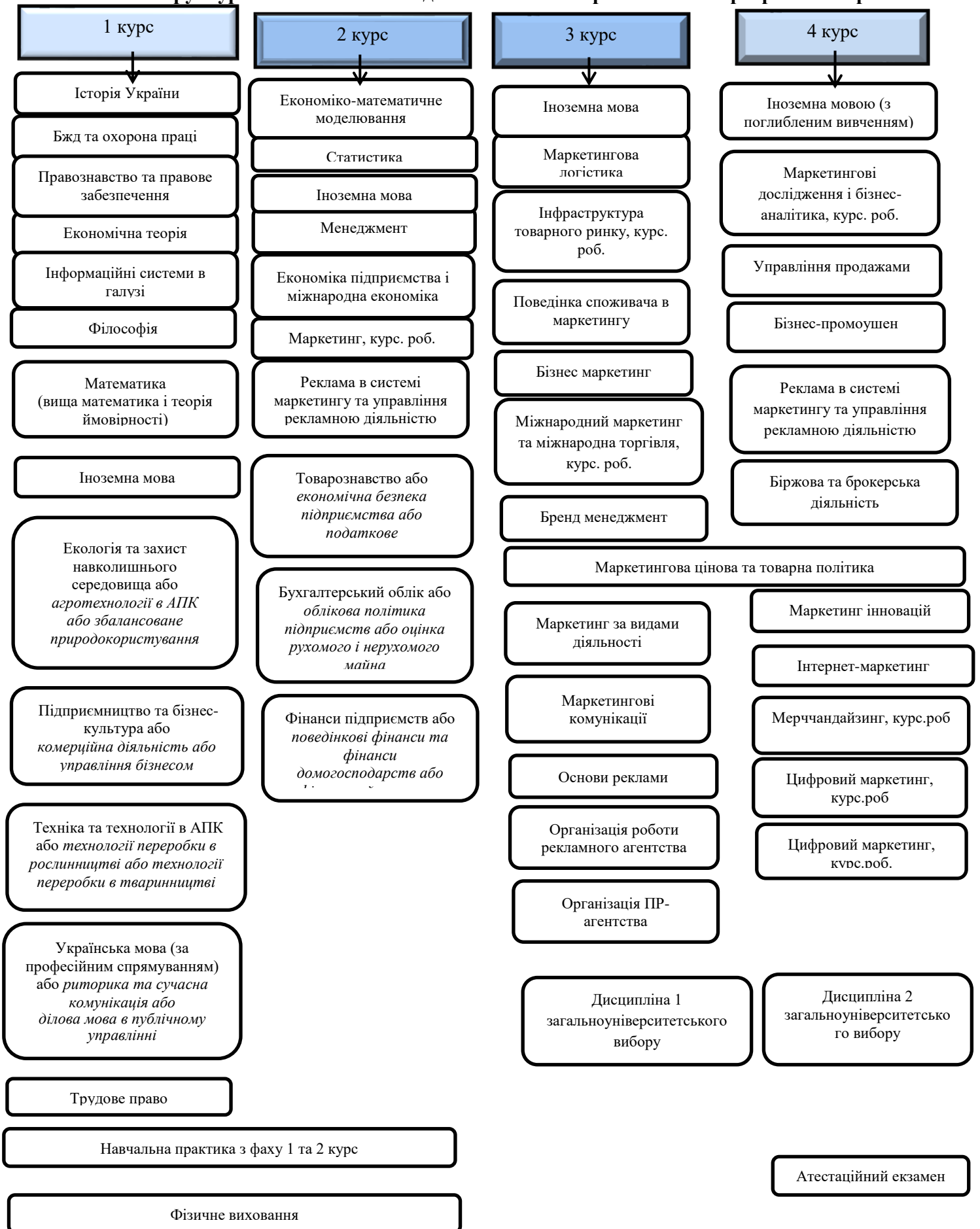
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти загальної підготовки ОП			
ОКЗ 1	Історія України	4	Іспит
ОКЗ 2	Правознавство та правове забезпечення в галузі	4	Іспит
ОКЗ 3	Економічна теорія	7	Іспит, залік
ОКЗ 4	Інформаційні системи в галузі	5	Іспит
ОКЗ 5	Філософія	4	Іспит
ОКЗ 6	Статистика	5	Залік
ОКЗ 7	Математика (вища математика і теорія ймовірності)	7	Іспит, залік
ОКЗ 8	БЖД та охорона праці	4	Іспит
ОКЗ 9	Менеджмент	5	Іспит
ОКЗ 10	Економіко-математичне моделювання	4	Іспит
ОКЗ 11	Іноземна мова	14	Іспит, заліки
	<i>Усього</i>	<i>63</i>	
Факультативи (позакредитні)			
ОКЗ 12	Фізичне виховання	8	Залік
Вибіркові компоненти загальної підготовки ОП			
ВКЗ 1	Екологія та захист навколишнього середовища	3	Залік
	Агротехнології в АПК		
	Збалансоване природокористування		
ВКЗ 2	Підприємництво та бізнес-культура	3	Залік
	Комерційна діяльність		
	Управління бізнесом		
ВКЗ 3	Техніка та технологія в АПК	3	Залік
	Технологія переробки в рослинництві		
	Технології переробки в тваринництві		
ВКЗ 4	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	Іспит
	Риторика та сучасна комунікація		
	Ділова мова в публічному управлінні		
ВКЗ 5	Іноземна мова (з поглибленим спрямуванням)	6	Заліки
	Друга іноземна мова		
	Іноземна мова професійного спрямування		
ВКЗ 6	Дисципліни загальноуніверситетського вибору	3	Залік
ВКЗ 7	Дисципліни загальноуніверситетського вибору	3	Залік
	<i>Усього</i>	<i>25</i>	
Обов'язкові компоненти професійної підготовки ОП			

ОКП 1	Трудове право України	3	Диференційований залік
ОКП 2	Економіка підприємства та міжнародна економіка)	10	Іспити
ОКП 3	Маркетинг	5	Іспит
ОКП 4	Реклама в системі маркетингу та управління рекламною діяльністю	8	Іспит, залік
ОКП 5	Маркетингова логістика	3	Залік
ОКП 6	Інфраструктура товарного ринку	5	Іспит
ОКП 7	Поведінка споживача в маркетингу	5	Іспит
ОКП 8	Бізнес-маркетинг	5	Іспит
ОКП 9	Міжнародний маркетинг та міжнародна торгівля	8	Іспит, залік
ОКП 10	Маркетингова цінова та товарна політика	8	Іспит, залік
ОКП 11	Маркетингові дослідження і бізнес-аналітика	7	Іспит
ОКП 12	Управління продажами	6	Іспит
ОКП 13	Бізнес-промоушен	5	Іспит
ОКП 14	Біржова та брокерська діяльність	7	Іспит, залік
ОКП 15	Маркетинг інновацій	5	Іспит
ОКП 16	Інтернет-маркетинг	4	Іспит
ОКП 17	К/Р з маркетингу	1	
ОКП 18	К/Р з інфраструктури товарного ринку	1	
ОКП 19	К/Р з міжнародного маркетингу	1	
ОКП 20	К/Р з міжнародних досліджень	1	
ОКП 21	Навчальна практика з фаху	5	
ОКП 22	Навчальна практика з фаху	5	
ОКП 23	Виробнича практика	5	
ОКП 24	Атестаційний екзамен	3	
	Усього	116	
Вибіркові компоненти професійної підготовки ОП			
ВКП 1	Товарознавство	6	Залік
	Економічна безпека підприємства		
	Податкове адміністрування		
ВКП 2	Бухгалтерський облік	4	Залік
	Облікова політика підприємств		
	Оцінка рухомого і нерухомого майна		
ВКП 3	Фінанси підприємств	6	Іспит
	Поведінкові фінанси та фінанси домогосподарств		
	Фіскальний контроль		
ВКП 4	К/Р з мерчандайзингу	1	
	К/Р з цифрового маркетингу		
<i>Вибірковий блок 1. Соціологія менеджменту та маркетингу</i>			
ВКП 1.1	Бренд-менеджмент	5	Залік
ВКП 1.2	Маркетинг за видами діяльності	4	Іспит
ВКП 1.3	Маркетингові комунікації	6	Іспит
ВКП 1.4	Мерчандайзинг	4	Іспит
<i>Вибірковий блок 2. Рекламний бізнес</i>			
ВКП 2.1	Основи реклами	5	Залік
ВКП 2.2	Організація роботи рекламного агентства	4	Іспит

ВКП 2.3	Організація PR-агентства	6	Іспит
ВКП 2.4	Цифровий маркетинг	4	Іспит
	<i>Усього</i>	38	
Загальний обсяг компонент загальної підготовки:			88
Загальний обсяг компонент професійної підготовки:			152
Загальний обсяг обов'язкових компонент:			179
Загальний обсяг вибірових компонент:			61
у тому числі за вибором студентів:			61
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			240

2. Структурно-логічна схема підготовки бакалаврів освітньої програми «Маркетинг»



**Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей
deskрипторам НРК (6-й рівень, бакалаврський)**

Класифікація компетентностей за НРК	Знання 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	Уміння 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	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність 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 - 16				
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

	ОКП 13	ОКП 14	ОКП 15	ОКП 16	ОКП 17	ОКП 18	ОКП 19	ОКП 20	ОКП 21	ОКП 22	ОКП 23	ОКП 24	ВКП 1	ВКП 2	ВКП 3	ВКП 4	ВКП 1.1	ВКП 1.2	ВКП 1.3	ВКП 1.4	ВКП 2.1	ВКП 2.2	ВКП 2.3	ВКП 2.4
3К1		*		*									*		*	*	*							
3К2													*		*	*								
3К3	*				*			*				*				*	*	*	*		*	*	*	*
3К4	*	*	*	*		*	*	*	*	*		*	*			*	*	*	*	*	*			*
3К5	*		*	*		*	*	*		*	*					*	*	*	*	*		*	*	*
3К6		*	*			*	*		*	*	*	*			*		*	*	*		*			*
3К7	*	*	*	*						*	*	*	*			*		*	*			*	*	
3К8					*	*	*	*			*						*	*			*			
3К9			*	*	*				*	*	*						*	*		*	*			*
3К10	*	*																	*					
3К11		*	*	*		*		*					*								*	*	*	
3К12			*	*			*	*					*	*							*	*	*	
3К13							*					*		*										
3К14		*	*	*	*		*	*									*				*	*	*	
СК1	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*						*	*		*	*		*
СК2	*		*	*	*			*	*	*		*						*	*		*	*		*
СК3				*		*	*	*			*	*				*	*	*			*	*	*	
СК4	*									*		*						*	*					
СК5	*	*	*	*	*			*	*	*	*	*				*	*	*	*		*	*	*	*
СК6			*			*	*	*			*		*			*		*	*		*	*	*	*
СК7	*						*	*			*	*						*	*					
СК8											*		*											
СК9			*	*		*	*						*							*				*
СК10		*		*							*					*		*				*	*	
СК11		*		*	*	*		*			*	*			*		*	*					*	*
СК12	*		*		*	*		*	*	*	*	*			*			*	*		*	*	*	*
СК13					*	*					*										*	*	*	*
СК14	*						*											*	*		*			

