

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**

**«РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС»/  
«ADVERTISING BUSINESS»**

**Другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**Кваліфікація: ступінь вищої освіти магістр  
спеціальність «Маркетинг»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО  
ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ**

**Голова вченої ради**

\_\_\_\_\_ /Анатолій МАЗАРАКІ/

(протокол № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.)

**Освітня програма вводиться в дію з \_\_\_\_\_ 2025 р.**

**Ректор \_\_\_\_\_ /Анатолій МАЗАРАКІ/**

(наказ № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.)

Київ 2024 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

**Погоджено**

Перший проректор  
з науково-педагогічної роботи  
ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Наталія ПРИТУЛЬСЬКА  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Проректор  
з науково-педагогічної роботи та  
міжнародних зв'язків ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Анжеліка ГЕРАСИМЕНКО  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Начальник навчального відділу  
ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Сергій КАМІНСЬКИЙ  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Начальник навчально-методичного  
відділу ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Тетяна БОЖКО  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Декан факультету  
торгівлі та маркетингу ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Віктор ОСИКА  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Завідувач кафедри маркетингу  
ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Олена БОНДАРЕНКО  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Керівник групи забезпечення  
спеціальності «Маркетинг» ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Олена БОНДАРЕНКО  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Гарант освітньої програми «Рекламний  
бізнес» ДТЕУ

\_\_\_\_\_ Олена ЗАЙЦЕВА  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Президент ГО «Українська Асоціація  
Маркетингу»

\_\_\_\_\_ Ірина ЛИЛИК  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

ФОП «Рижак О.Ю.»

\_\_\_\_\_ Оксана РИЖАК  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

**Погоджено**

Голова РСС факультету  
торгівлі та маркетингу

\_\_\_\_\_ Радіон ЗАХОЖИЙ  
\_\_\_\_\_ 2024 р.

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Бондаренко Олена Сергіївна, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор – керівник групи забезпечення спеціальності «Маркетинг»
2. Зайцева Олена Іванівна, професор кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, професор – керівник робочої групи, гарант освітньої програми «Рекламний бізнес»
3. Конопляникова Маріанна Анатоліївна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, член робочої групи
4. Чепеленко Анжеліка Михайлівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, член робочої групи
5. Сагало Христина Романівна, здобувач вищої освіти ступеню магістр, 2 курс ОПП «Рекламний бізнес»

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Ірина Лилик – Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу»
2. Оксана Рижак – ФОП «Рижак О.Ю.» (надання послуг у сфері маркетингу: 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування; 70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю; 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки; 82.30 Організування конгресів і торговельних виставок; 73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації)

# 1. Профіль освітньої програми «Рекламний бізнес» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва ЗВО та структурного підрозділу</b>	Державний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти магістр спеціальність «Маркетинг»
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Рекламний бізнес»
<b>Відповідність стандарту вищої освіти МОН України</b>	Відповідає стандарту вищої освіти МОН України
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
<b>Наявність акредитації</b>	Міністерство освіти і науки України, Україна, Наказ №1565 МОН України від 19.12.2016 р., термін дії до 01 липня 2024 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України –7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність ступеня бакалавра
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До наступного планового перегляду освітньої програми
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://knute.edu.ua">https://knute.edu.ua</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка конкурентоспроможних, висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють інноваційним, критичним мисленням, загальними і спеціальними компетентностями, необхідними для: ефективного управління маркетинговою діяльністю у сфері рекламного бізнесу, розв'язання нестандартних аналітичних завдань, продукування креативних ідей та формування стратегічних комунікацій з використанням цифрових технологій.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область</b>	<p><i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p><i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний</p>

	<p>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.</p> <p><i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	<p>Освітньо-професійна, прикладна.</p> <p>Програма складається з дисциплін професійної та практичної підготовки.</p>
<b>Основний фокус освітньої програми</b>	<p>Фокус програми зосереджено на формуванні креативних лідерів для рекламної сфери, здатних: використовувати маркетинг як інструментарій нарощення вартості бізнесу, застосовувати при формуванні маркетингової стратегії і тактики суб'єкта рекламного бізнесу релевантні правові норми та обмеження, обирати і впроваджувати цифрові технології в комунікаціях та рекламі, керувати рекламним бізнесом на внутрішньому та зовнішньому ринку рекламних послуг в умовах змін.</p> <p>Ключові слова: реклама, бізнес, рекламна діяльність, рекламний менеджмент, маркетингові комунікації, цифрові технології, стратегії у сфері рекламного бізнесу.</p>
<b>Особливості програми</b>	<p>Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для роботи у сфері рекламного бізнесу; практична підготовка на підприємствах, що здійснюють рекламну діяльність.</p>
<p><b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	<p>Випускники підготовлені і здатні виконувати професійну діяльність за секціями відповідно до <b>КВЕД 009:2010:</b></p> <p><b>70.21.</b> Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю (надання консультаційних послуг, управлінську й оперативну підтримку, що включає діяльність із лобіювання для підтримки компаній та інших організацій із взаємодії та зв'язків із громадськістю).</p> <p><b>73.11.</b> Рекламні агентства (забезпечення повного набору рекламних послуг за допомогою власних можливостей або на договірній основі, у т.ч. консультування, послуги з художнього оформлення реклами, виготовлення рекламних матеріалів, їх купівлю, а саме: 1) створення та проведення рекламних кампаній; 2) проведення маркетингових кампаній та інших рекламних послуг задля залучення й утримання клієнтів.</p> <p><b>73.20.</b> Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки (вивчення потенціалу ринку, інформованості, прийнятності продуктів, популярності визначеного товару та послуг і купівельних звичок споживачів задля сприяння збуту та розроблення нових видів товарів і послуг, у т.ч. статистичний аналіз результатів; вивчення суспільної думки щодо політичних, економічних і соціальних подій, статистичний аналіз результатів).</p> <p><b>82.30.</b> Організування конгресів і торговельних виставок</p>

	<p>(організування, просування і/або проведення різних подій, таких як бізнес-покази, збори, конференції та зустрічі, з організацією та наданням персоналу для роботи в місцях проведення подібних заходів або без надання персоналу).</p> <p>Придатні до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010:</p> <p><b>1233.</b> Керівники підрозділів маркетингу: директор з маркетингу; директор комерційний; начальник відділу збуту (маркетингу); начальник комерційного відділу.</p> <p><b>1234.</b> Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю: начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю).</p> <p><b>1475.3.</b> Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки: менеджер (управитель) з маркетингу.</p> <p><b>1475.4.</b> Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління: менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджер (управитель) із збуту.</p> <p><b>1476.1.</b> Менеджери (управителі) з реклами: менеджер (управитель) з реклами.</p> <p><b>2419.1.</b> Наукові співробітники (маркетинг): молодший науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник (маркетинг); науковий співробітник-консультант (маркетинг).</p> <p><b>2419.2.</b> Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності): консультант з ефективності підприємництва; консультант з маркетингу; рекламист; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку.</p>
<b>Подальше навчання</b>	<p>Подальше навчання – здобуття третього рівня вищої освіти і отримання освітньо-наукового ступеня доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.</p>
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<p>Викладання здійснюється в інтеграції традиційних, інноваційних, аналітично-дослідних і наукових методів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- традиційні (лекції, практичні заняття в малих і великих групах, консультації з викладачами);</li> <li>- інноваційні (творчі і проблемно-орієнтовані завдання, розробка проєктів, кейси, дайджести, ділові ігри, дебати, дискусії);</li> <li>- аналітично-дослідні і наукові (написання курсової роботи, підготовка кваліфікаційної роботи, підготовка тез і публічних виступів на конференціях, підготовка наукових статей, підготовка наукових робіт на конкурс, підготовка грантових робіт).</li> </ul> <p>Базовими стратегіями навчання є: студентоцентрованість, проблемно-орієнтованість, індивідуальна траєкторія, багатовекторність, самонавчання і наукові дослідження з використанням ресурсної бази університету та партнерів.</p>
<b>Оцінювання</b>	<p>Поточний контроль (тестування, есе, презентації, кейси, індивідуальні проєкти, ситуаційні завдання, ділові ігри).</p> <p>Підсумковий контроль (письмові екзамени, захист курсової роботи і практичної підготовки).</p> <p>Атестація магістрів (публічний захист кваліфікаційної роботи).</p> <p>Оцінювання здійснюється відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів у</p>

	Державному торговельно-економічному університеті», «Положення про організацію освітнього процесу студентів».
<b>6 - Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності ( <i>рекламному бізнесі</i> ) або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<b>Загальні компетентності</b>	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.
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>	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. <i>СК10. Здатність використовувати при формуванні маркетингової стратегії і тактики суб'єкта рекламного бізнесу релевантні правові норми та обмеження.</i> <i>СК11. Здатність обирати і застосовувати цифрові технології в рекламній діяльності.</i> <i>СК12. Здатність керувати діяльністю суб'єкта рекламного бізнесу на внутрішньому та зовнішньому ринку рекламних послуг в умовах змін.</i>
<b>7 –Програмні результати навчання</b>	
	Р1. Знати та вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення

	<p>задач ринкового суб'єкта.</p> <p>P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.</p> <p>P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p><i>P16. Використовувати при формуванні маркетингової стратегії і тактики суб'єкта рекламного бізнесу релевантні правові норми та обмеження.</i></p> <p><i>P17. Здійснювати вибір і застосування цифрових технологій в рекламній діяльності.</i></p> <p><i>P18. Керувати діяльністю суб'єкта рекламного бізнесу на внутрішньому та зовнішньому ринку рекламних послуг в умовах змін.</i></p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку магістрів, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Рекламний бізнес», є кафедра маркетингу ДТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності.</p> <p>100% професорсько-викладацького складу, задіяного до</p>



	<p>викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені за спеціальністю і відзначаються високим рівнем професійної підготовки. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Забезпеченість навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі.</p> <p>Наявна вся необхідна соціально-побутова інфраструктура, кількість місць в гуртожитках відповідає вимогам. Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метри на одну особу. 40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням. Інфраструктура ДТЕУ: бібліотеки, в т. ч. читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.</p>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>У ДТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності. Є офіційний веб-сайт ДТЕУ, на якому розміщена основна інформація про діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): <a href="https://knute.edu.ua/">https://knute.edu.ua/</a>. Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку. У Відділі супроводу дистанційного навчання ДТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: <a href="http://cdn.knute.edu.ua/">http://cdn.knute.edu.ua/</a>. Освітня платформа «МІА Освіта» забезпечує організацію освітнього процесу за очною та дистанційною формами з можливістю комплексного оцінювання учасників освітнього процесу. Програма забезпечена підручниками, навчально-методичними виданнями, інформаційною базою та доступом до іноземних та вітчизняних електронних ресурсів відкритого доступу джерел інформації, наукометричних баз даних, ліцензованих реферативних і повнотекстових баз даних.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	<p>На загальних підставах укладених договорів про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України.</p>
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>Забезпечується на основі договорів про міжнародну академічну мобільність.</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	<p>Згідно з правилами прийому до ДТЕУ.</p>

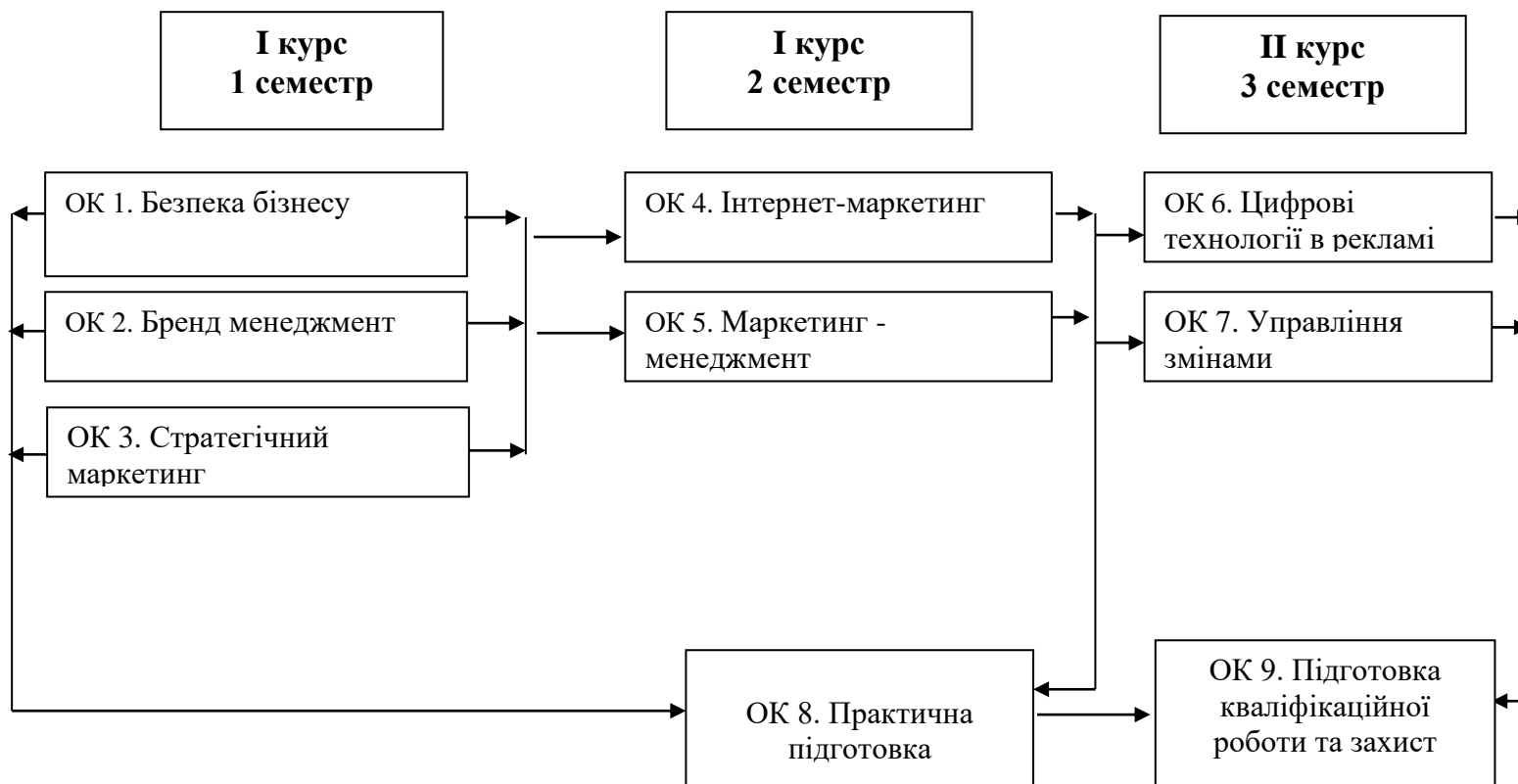
## 2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>		
ОК 1	Безпека бізнесу / Business Security	6
ОК 2	Бренд-менеджмент / Brand-management	6
ОК 3	Стратегічний маркетинг / Strategic marketing	6
ОК 4	Інтернет маркетинг / Internet marketing	7,5
ОК 5	Маркетинг-менеджмент / Marketing management	7,5
ОК 6	Цифрові технології в рекламі / Digital technologies in advertising	6
ОК 7	Управління змінами / Changes management	6
ОК 8	Практична підготовка / Practical training	9
ОК 9	Підготовка кваліфікаційної роботи та захист / Preparation and defense of qualification work	12
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>66</b>
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>		
ВК1	Бізнес-інжиніринг / Business engineering	6
ВК2	Інформаційні війни / Information wars	6
ВК3	Корпоративне право / Corporate Law	6
ВК4	Маркетинговий аналіз / Marketing analysis	6
ВК5	Рекламний та медіаменеджмент / Advertising and media management	6
ВК6	Ризики в маркетингу / Risks in marketing	6
ВК7	Управління лояльністю споживачів / Consumer loyalty management	6
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>24</b>
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>90</b>

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



### 3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.

Кваліфікаційна робота має передбачити розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризується 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 сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційної роботи, що містить інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

#### 4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти Компетентності	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9
ЗК1	*	*	*	*	*	*	*	*	*
ЗК2		*	*	*	*	*	*	*	*
ЗК3		*	*		*			*	*
ЗК4	*	*	*	*	*		*	*	*
ЗК5		*		*			*	*	*
ЗК6			*	*	*		*	*	*
ЗК7								*	*
ЗК8		*	*	*	*		*		*
СК1		*		*	*	*	*	*	*
СК2		*	*	*	*	*	*	*	*
СК3			*	*	*		*	*	*
СК4			*	*	*	*	*	*	*
СК5		*	*	*	*		*	*	*
СК6	*	*	*	*	*	*	*	*	*
СК7		*	*	*	*		*	*	*
СК8		*	*	*	*	*	*	*	*
СК9		*		*	*	*	*	*	*
СК10	*				*				*
СК11			*	*	*	*			*
СК12	*	*	*	*	*		*		*

**5.1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання  
відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми**

Компоненти Програмні результати навчання	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9
P1		*			*	*		*	*
P2		*		*	*	*	*	*	*
P3			*						*
P4			*		*		*		*
P5					*				*
P6		*		*	*		*		*
P7			*		*				*
P8							*	*	*
P9				*	*	*		*	*
P10		*	*		*				*
P11			*					*	*
P12			*		*		*		*
P13		*	*		*				*
P14		*		*					*
P15			*	*	*		*	*	*
P16	*				*				*
P17			*	*	*	*			*
P18	*	*	*	*	*		*		*

