

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Освітньо-професійна програма

(освітньо-професійна / освітньо-наукова)

«Інтернет-маркетинг»

(назва програми)

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

(перший (бакалаврський), другий (магістерський), третій (освітньо-науковий))

Галузь знань D5 Бізнес, адміністрування та право

(шифр і найменування галузі знань)

Спеціальність D5 Маркетинг

(код і найменування спеціальності)

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою

Харківського національного університету
імені В.Н. Каразіна

“ ____ ” _____ 20__ року,

протокол № ____

Введено в дію з _____ р.

наказом від _____ 20__ р. № _____

Проректор з науково-педагогічної роботи
_____ (Олександр ГОЛОВКО)

Харків 2025 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми
«Інтернет-маркетинг»

Освітню програму розглянуто та схвалено:

1. Науково-методичній раді Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

протокол № _____ від « _____ » _____ 20__ р.

Голова науково-методичної ради,

проректор з науково-педагогічної роботи _____ Олександр ГОЛОВКО

2. Вченій раді навчально-наукового інституту Українська інженерно-педагогічна академія:

протокол № _____ від « _____ » _____ 20__ р.

Голова вченої ради інституту _____ Денис КОВАЛЕНКО

3. Науково-методичній комісії навчально-наукового інституту Українська інженерно-педагогічна академія:

протокол № _____ від « _____ » _____ 20__ р.

Голова науково-методичної комісії

інституту _____ Сергій ПЕТРОВ

4. Кафедрі маркетингу та торговельного підприємництва :

протокол № _____ від « _____ » _____ 20__ р.

В. о. завідувача кафедри,

д.е.н., професор _____ Вікторія ЧОБИТОК

5. Кафедрі іншомовної підготовки, європейської інтеграції та міжнародного співробітництва:

протокол № _____ від « _____ » _____ 20__ р.

В.о. завідувача кафедри,

д.пед.н., професор _____ Геннадій ЗЕЛЕНИН

6. Кафедрі краєзнавчо-туристичної роботи, соціальних і гуманітарних наук:
протокол №____ від «____» _____ 20__ р.

В.о. завідувача кафедри,

к.іст.н., доцент _____ Ірина ЩЕРБИНА

7. Кафедрі сучасних оздоровчих технологій:

протокол №____ від «____» _____ 20__ р.

В.о. завідувача кафедри,

к.пед.н., доц. _____ Юрій БРИТАН

8. Кафедрі педагогіки, методики та менеджменту освіти:

протокол №____ від «____» _____ 20__ р.

В.о. завідувача кафедри,

д.пед.н., професор _____ Наталія БРЮХАНОВА

9. Кафедрі інформаційних комп'ютерних технологій і математики:

протокол №____ від «____» _____ 20__ р.

В.о. завідувача кафедри,

д.фіз.-мат.н., професор _____ Олеся НЕЧУЙВІТЕР

ПРЕАМБУЛА

Розроблено робочою групою у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові	Найменування посади	Науковий ступінь, вчене звання
Черняєва Анна Олександрівна – керівник робочої групи – гарант освітньої програми	Доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат економічних наук, доцент
Члени робочої групи		
Чобіток Вікторія Іванівна	В.о. завідувача кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Доктор економічних наук, професор
Андрющенко Олена Борисівна	Доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат наук з державного управління, доцент
Черняєва Анна Олександрівна	Доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат економічних наук, доцент
Кононов Олександр Іванович	Старший викладач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	Кандидат економічних наук,
Морозова Ольга Олександрівна	Асистент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва	

До проектування освітньої програми долучені:

Представники здобувачів вищої освіти: Швець Дар'я Дмитрівна – здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» групи МР- 21

Представники роботодавців: Гіль Борис Сергійович, фізична особа-підприємець «Гіль Б.С.»

При розробці проекту Програми враховані вимоги:

- 1) Стандарту вищої освіти спеціальності за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, затвердженого 05 грудня 2018 р. № 1343.

1. Профіль освітньої програми

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна Навчально-науковий інститут Українська інженерно-педагогічна академія
Офіційна назва програми	Інтернет-маркетинг Internet marketing
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Кваліфікація, що присвоюється	Кваліфікація: Бакалавр маркетингу
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний: 1. На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. 2. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 120 кредитів ЄКТС, отриманих в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста), термін навчання 2 роки 10 місяців.
Наявність акредитації	
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти.
Мова викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://uepa.karazin.ua http://mtp.uipa.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Мета програми	ОП спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним управлінсько-економічним мисленням та відповідними інноваційними компетентностями з використанням електронних технологій, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.
3 – Характеристика освітньої програми	

Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація наявності))	<i>Об'єкт вивчення:</i> процес формування маркетингової діяльності з використанням електронних технологій як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка бакалаврів з маркетингу, які володіють сучасним управлінсько-економічним мисленням та відповідними інноваційними компетентностями з використанням електронних технологій, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть 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 із застосуванням сучасних електронних технологій. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень із застосуванням сучасних електронних технологій. Обов'язкові освітні компоненти – 75 %, в т. ч. практична підготовка – 10 %; атестація – 5 %. Освітні компоненти за вибором здобувачів вищої освіти – 25 %.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна прикладна. Програма орієнтована на поглиблену фахову підготовку маркетингологів, які є здатними до швидкої адаптації до сучасних умов ведення економічної діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій.
Основний освітньої програми та спеціалізації фокус	Програма націлена на всебічне вивчення маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів із застосуванням сучасних електронних технологій.

	Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації, маркетингові стратегії, управління бізнесом, методики інтернет-маркетингу.
Особливості програми	Практична підготовка впродовж навчання в організаціях, які займаються маркетинговою діяльністю; інтерактивні виїзні практичні заняття; поглиблене вивчення іноземної мови.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010 випускники можуть займати посади, які пов'язані з плановою (у т.ч. прогнозовою), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій, а саме: помічника керівника підприємства (установи, організації); представника торговельного; інспектора торговельного; організатора з постачання; організатора із збуту; закупника, агенту комерційного; агенту торговельного; комівояжера; торговця (обслуговування бізнесу); помічник керівника підрозділів маркетингу; помічник начальника відділу збуту (маркетингу); менеджер з маркетингу; консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); менеджер (управитель) з маркетингу; менеджер (управитель) зі збуту.
Подальше навчання	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.
Оцінювання	Всі види поточного оцінювання знань протягом виконання навчального плану (письмові екзамени, курсова робота, презентація індивідуальних робіт і проєктів, поточний контроль: тестування, вирішення задач та ситуаційних вправ, кейсів, дебати, публічні виступи; підсумковий контроль, атестація (випускна кваліфікаційна робота).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності із застосуванням сучасних електронних технологій або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних

	теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності	ЗК 1. 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. ЗК 2. 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. ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК 10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК 11. Здатність працювати в команді. ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК 13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Фахові компетентності	ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

	ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності. ФК 15. Здатність розробляти та використовувати маркетингові digital інструменти. ФК 16. Здатність розробляти та досліджувати E-commerce платформи, пошукові системи та сайти. ФК 17. Здатність ефективно використовувати інструменти інтернет-маркетингу для проведення досліджень на внутрішньому та зовнішньому ринках.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання	ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

	ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта. ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН 15. 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.
--	---

	ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПРН 19. Розробляти та використовувати маркетингові digital інструменти. ПРН 20. Розробляти та досліджувати E-commerce платформи, пошукові системи та сайти. ПРН 21. Використовувати інструменти інтернет-маркетингу для проведення досліджень на внутрішньому та зовнішньому ринках.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
Специфічні характеристики інформаційного та навчально-методичного забезпечення	Відповідно до Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 24 березня 2021 р. № 365).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Харківським національним університетом ім. В. Н. Каразіна та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Харківським національним університетом ім. В. Н. Каразіна та закладами-партнерами зарубіжних країн.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	У разі акредитації освітньої програми.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

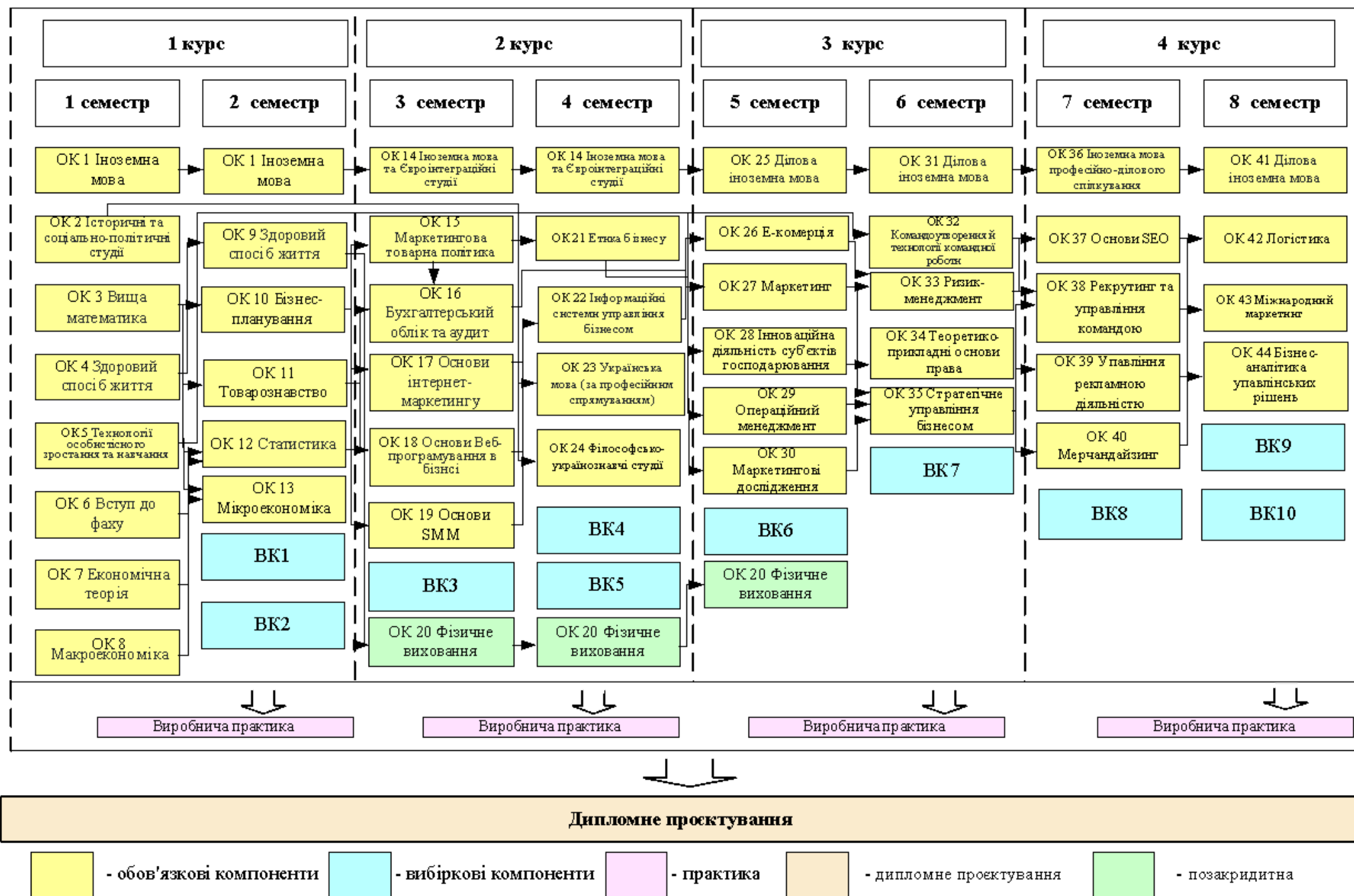
2.1 Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1	Іноземна мова	6	Залік
ОК 2	Історичні та соціально-політичні студії	6	Екзамен
ОК 3	Вища математика	6	Екзамен
ОК 4	Здоровий спосіб життя	1,5	Залік
ОК 5	Технології особистісного зростання та навчання	3	Залік
ОК 6	Вступ до фаху	3	Залік
ОК 7	Економічна теорія	3	Екзамен
ОК 8	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 9	Здоровий спосіб життя	1,5	Залік
ОК 10	Бізнес-планування	3	Екзамен
ОК 11	Товарознавство	3	Екзамен
ОК 12	Статистика	3	Екзамен
ОК 13	Мікроекономіка	3	Екзамен
ОК 14	Іноземна мова та Євроінтеграційні студії	7	Залік
ОК 15	Маркетингова товарна політика	6	Екзамен
ОК 16	Бухгалтерський облік та аудит	3	Екзамен
ОК 17	Основи інтернет-маркетингу	3	Екзамен
ОК 18	Основи Веб-програмування в бізнесі	3	Залік
ОК 19	Основи SMM	3	Екзамен
ОК 20	Фізичне виховання	-	Залік
ОК 21	Етика бізнесу	3	Екзамен
ОК 22	Інформаційні системи управління бізнесом	3	Екзамен
ОК 23	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	Екзамен
ОК 24	Філософсько-українознавчі студії	6	Екзамен
ОК 25	Ділова іноземна мова	1,5	Залік
ОК 26	Е-комерція	3	Залік
ОК 27	Маркетинг	5	Екзамен
ОК 28	Інноваційна діяльність суб'єктів господарювання	3	Екзамен
ОК 29	Операційний менеджмент	4	Екзамен
ОК 30	Маркетингові дослідження	5	Екзамен
ОК 31	Ділова іноземна мова	1,5	Екзамен
ОК 32	Командоутворення й технології командної роботи	3	Екзамен

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
ОК 33	Ризик-менеджмент	3	Екзамен
ОК 34	Теоретико-прикладні основи права	6	Екзамен
ОК 35	Стратегічне управління бізнесом	3	Залік
ОК 36	Іноземна мова професійно-ділового спілкування	1,5	Залік
ОК 37	Основи SEO	3	Екзамен
ОК 38	Рекрутинг та управління командою	6	Екзамен
ОК 39	Управління рекламною діяльністю	4	Екзамен
ОК 40	Мерчандайзинг	3	Екзамен
ОК 41	Ділова іноземна мова	1,5	Залік
ОК 42	Логістика	3	Екзамен
ОК 43	Міжнародний маркетинг	4	Екзамен
ОК 44	Бізнес-аналітика управлінських рішень	3	Екзамен
Практична підготовка			
ОК 45	Виробнича практика 1	6	Залік
ОК 46	Виробнича практика 2	3	Залік
ОК 47	Виробнича практика 3	6	Залік
ОК 48	Переддипломна практика	3	Залік
Атестація			
ОК 49	Дипломне проектування	9	Захист
Загальний обсяг обов’язкових компонентів ОП		180	
2.Вибіркові компоненти ОП*			
Загальний обсяг вибірових компонентів ОП		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

*здобувачі вищої освіти мають право обирати дисципліни вільного вибору з каталогу вибірових дисциплін.

3. Структурно-логічна схема ОП



4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здобувачів вищої освіти на освітній програмі «Інтернет-маркетинг» здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документа встановленого зразка про присвоєння кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр галузь знань Бізнес, адміністрування та право спеціальність Маркетинг Атестація здійснюється відкрито і публічно.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота оприлюднюється в репозиторії закладу вищої освіти.

ΦΚ 17										+	+					+	+	+			+				+		+					+	+						
-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---	---	--	--	--	--	---	---	---	--	--	---	--	--	--	---	--	---	--	--	--	--	---	---	--	--	--	--	--	--

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)

відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ОК 24	ОК 25	ОК 26	ОК 27	ОК 28	ОК 29	ОК 30	ОК 31	ОК 32	ОК 33	ОК 34	ОК 35	ОК 36	ОК 37	ОК 38	ОК 39	ОК 40	ОК 41	ОК 42	ОК 43	ОК 44	ОК 45	ОК 46	ОК 47	ОК 48	ОК 49
ПРН 1						+				+				+			+	+									+	+			+						+		+	+									
ПРН 2									+		+	+		+	+	+					+						+	+			+					+			+	+		+	+	+	+	+	+		
ПРН 3						+			+		+	+		+	+	+					+						+	+			+					+			+	+		+	+	+	+	+	+		
ПРН 4						+			+		+	+		+	+	+		+				+					+	+		+	+					+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ПРН 5								+		+	+		+		+						+							+		+	+					+			+				+	+	+	+	+	+	
ПРН 6								+		+	+		+		+						+							+		+	+	+					+			+				+				+	
ПРН 7			+								+	+		+		+												+	+	+	+					+							+						
ПРН 8									+			+			+							+							+								+												
ПРН 9								+		+		+	+		+						+							+							+		+					+							
ПРН 10									+					+		+												+				+				+							+						
ПРН 11														+		+															+			+						+	+	+	+						
ПРН 12					+		+	+		+	+			+	+		+												+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 13					+		+	+		+	+			+	+		+												+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
ПРН 14					+				+																				+		+				+		+												
ПРН 15		+		+	+			+	+	+								+	+			+												+		+			+										
ПРН 16		+		+	+			+	+	+								+	+			+												+		+			+										
ПРН 17	+												+						+		+		+									+					+				+								
ПРН 18		+			+			+		+									+														+			+			+			+							
ПРН 19									+	+						+	+	+			+						+		+	+	+	+					+	+				+		+					
ПРН 20									+	+						+	+	+			+						+		+	+	+	+					+	+				+		+					
ПРН 21									+	+						+	+	+			+						+		+	+	+	+					+	+				+		+					

Перелік умовних скорочень:

ОП – освітня програма

ЗК – загальні компетентності

СК – спеціальні компетентності

ОК – обов'язкова компонента освітньої програми ПРН – програмні результати навчання

