МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПОГОДЖЕНО
Гарант освітньої програми
Цифровий маркетинг
(назва освітньої програми)
зі спеціальності
D5 Маркетинг
(назва спеціальності)
Ірина ЛОРВІ
«24» червня 2026 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор ЛНТУ
_____ Ірина ВАХОВИЧ
«24» червня 2026 р.

ОСВІТНЯ ПРОГРАМА

«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»

(назва освітньої програми)

DIGITAL MARKETING

другий (магістерський) рівень вищої освіти
(рівень вищої освіти: перший (бакалаврський) / другий (магістерський) / третій (освітньо-науковий))
спеціальність D5 Маркетинг
(шифр і назва спеціальності)
галузь знань D Бізнес, адміністрування та право
(шифр і назва галузі знань)

Електронна версія

СХВАЛЕНО
Вченою радою ЛНТУ
протокол №13 від 25.06.2026 р.

Луцьк – 2026

АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ

освітньої програми
«ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Завідувач кафедри Ірина ЛОРВІ
(протокол № 11 від 23.06.2026 р.)

В.о. начальника відділу забезпечення якості
освітнього процесу, ліцензування та акредитації Олена КУЗЬМАК

Рекомендовано комісією з якості факультету Дмитро АВРАМЕНКО
(протокол № 1 від 23.06.2026 р.)

Схвалено вченою радою факультету Дмитро АВРАМЕНКО
(протокол № 2 від 23.06.2026 р.)

Схвалено навчально-методичною радою ЛНТУ Надія КОВАЛЬЧУК
(протокол № 11 від 24.06.2026 р.)

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1 – ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ	
Повна назва закладу вищої освіти	Луцький національний технічний університет, код в ЄДЕБО -309 Факультет креативних індустрій, маркетингу та комунікацій Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Офіційна назва освітньої програми	Цифровий маркетинг Digital Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний. Обсяг освітньої програми становить 90 кредитів ЄКТС, що відповідає вимогам другого (магістерського) рівня вищої освіти. Термін навчання – 1 рік 4 місяці.
Форма здобуття освіти	Очна (денна), заочна
Назва кваліфікації	Освітня кваліфікація – магістр маркетингу (Master of Marketing) Рівень вищої освіти – магістр Спеціальність D5 Маркетинг Галузь знань - D Бізнес, адміністрування та право Спеціалізація: Цифровий маркетинг (Digital marketing) Освітня програма – Цифровий маркетинг
Наявність акредитації	Не акредитована
Цикл/рівень	FQ EHEA – другий цикл EQF–LLL– 7 рівень НРК України – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова(и) викладання	Українська, англійська
Термін дії освітньої програми	Термін навчання – 1 рік 4 місяці.
Інтернет-адреса постійного розміщення освітньої програми	https://lntu.edu.ua/uk/studentu-0/navchannya/osvitniy-programi?field_fakultet_op_target_id=6029&field_kafedra_op_target_id=All&field_osvitniy_stupin_op_target_id=2107&field_rik_op_target_id=All&field_spetsialnist_op_target_id=All&field_osvitnya_prohrama_op_target_id=All
Основні поняття та їх визначення	Ключові слова: маркетинг, цифровий маркетинг, управління маркетингом, маркетингові стратегії, цифрові комунікації, маркетингова аналітика, управління клієнтським досвідом (CRM), маркетингові проекти, інновації в маркетингу, штучний інтелект у маркетингу, автоматизація маркетингу.
2 – МЕТА/ЦІЛІ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Освітня програма «Цифровий маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти спрямована на підготовку фахівців, здатних поєднувати теоретико-методологічні засади сучасного маркетингу з інструментарієм цифрового маркетингу для стратегічного управління діяльністю ринкового суб'єкта в умовах розвитку цифрових технологій. Програма орієнтована на формування системного бачення маркетингової діяльності, здатності здійснювати комплексний маркетинговий аналіз, розробляти та реалізовувати інтегровані маркетингові й digital-стратегії, впроваджувати інноваційні рішення та приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах невизначеності, ризику та динамічних змін конкурентного середовища. Цілі та результати навчання ОП «Цифровий маркетинг» відповідають місії та стратегічним пріоритетам ЛНТУ і спрямовані на формування інноваційного освітньо-наукового середовища для підготовки фахівців стратегічного рівня у сфері маркетингу та цифрового маркетингу, що забезпечує розвиток університету як «полюсу росту Волині» в умовах розвитку цифрових технологій.	
3 – ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, предметна спеціальність або спеціалізація)	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність ринкових суб'єктів як система управління взаємодією з цільовими аудиторіями, що здійснюється із застосуванням сучасних цифрових технологій для задоволення економічних і соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для розв'язання складних задач і проблем маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій, на основі інтеграції класичних підходів маркетингу й сучасних цифрових технологій. Теоретичний зміст предметної області: теорії, поняття, принципи, концепції та система маркетингу; закономірності функціонування ринків, поведінки споживачів і діяльності ринкових суб'єктів; зміст та етапи маркетингової діяльності; маркетингові стратегії і тактики, а також сучасні підходи до управління маркетинговою діяльністю в умовах розвитку цифрових технологій. Особливістю освітньої програми є інтеграція класичних теоретичних засад маркетингу із сучасними цифровими технологіями, інформаційно-комунікаційними системами та інструментами цифрового маркетингу, що забезпечує формування компетентностей щодо розроблення, реалізації та оцінювання маркетингових і digital-стратегій в умовах розвитку цифрових технологій. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи маркетингових досліджень; методики дослідження ринку, аналізу поведінки суб'єктів ринкових відносин, сегментування, позиціонування, прогнозування та оцінювання ефективності маркетингової діяльності; сучасні інструменти, цифрові та інформаційно-комунікаційні технології, системи цифрової аналітики, CRM-технології, технології управління клієнтськими даними, автоматизації маркетингу та штучного інтелекту, що використовуються для розроблення, реалізації та оцінювання маркетингових і digital-стратегій. Інструменти: сучасне обладнання, універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, цифрові платформи, мережі та сервіси, CRM-системи, системи цифрової аналітики, управління клієнтськими даними й автоматизації маркетингу, необхідні для проведення маркетингових досліджень, аналізу ринку, розроблення, реалізації та оцінювання маркетингових і digital-стратегій, а також прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень в умовах розвитку цифрових технологій.
Орієнтація освітньої програми	Освітня програма має інноваційно-дослідницьку та практикоорієнтовану спрямованість, орієнтована на розв'язання складних управлінських і аналітичних задач маркетингу в умовах розвитку цифрових технологій.
Основний фокус освітньої програми	Підготовка фахівців стратегічного рівня у сфері маркетингу, здатних розробляти, реалізовувати та оцінювати ефективність маркетингових і digital-стратегій на основі сучасних цифрових технологій, аналітики даних та інструментів управління клієнтським досвідом. Фокус програми спрямований на формування компетентностей у сфері маркетингової аналітики, цифрових комунікацій, управління маркетинговими проєктами та інноваційного розвитку бізнесу в умовах цифрової трансформації.
Особливості освітньої програми	Особливістю освітньої програми є інтеграція сучасних цифрових технологій, маркетингової аналітики та інноваційних підходів до управління маркетинговою діяльністю, що забезпечує формування у здобувачів здатності приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах цифрової трансформації. Програма орієнтована на поєднання дослідницької підготовки з вирішенням практичних бізнес-завдань, що відповідає потребам регіонального та національного ринку праці. Передбачає можливості академічної мобільності (у вітчизняних і закордонних ЗВО), проходження переддипломної роботи, практичної підготовки та стажування в установах, організаціях і на підприємствах.
4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШЕ НАВЧАННЯ	
Придатність до працевлаштування	Зміст освітньої програми орієнтований на набуття тих компетентностей, які є основою кваліфікацій професій за Класифікатором ДК 003:2010: фахівець з методів розширення збуту, маркетолог, фахівець з маркетингу, цифровий маркетолог, Digital-маркетолог, інтернет-маркетолог, фахівець з цифрового маркетингу, бренд-маркетолог.
Подальше навчання	Можливе продовження навчання за третім освітньо-науковим (доктор філософії) рівнем вищої освіти, набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання. Організація навчання з проведенням лекцій, практичних занять, лабораторних робіт, семінарів, тренінгів, консультацій, проходженням переддипломної практики та інших інноваційних методів. Використання у процесі викладання і навчання Електронного освітнього порталу ЛНТУ на платформі Moodle: https://mdl.lntu.edu.ua/ Викладання здійснюється з дотримання принципів академічної доброчесності відповідно до Закону України «Про академічну доброчесність» № 4742-IX. Особлива увага приділяється формуванню творчих завдань, що стимулюють критичне мислення, унеможливлюють репродуктивних завдань та навчанню академічного письма
Оцінювання	Оцінювання знань здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Положення «Про організацію освітнього процесу в Луцькому національному технічному університеті» Оцінювання знань здобувачів освіти здійснюється відповідно до загальних критеріїв паралельно за: – 4-бальною національною шкалою (позитивні оцінки – «відмінно», «добре», «задовільно» або «зараховано», негативні оцінки – «незадовільно» або «незараховано»); – 100-бальною накопичувальною шкалою ЄКТС. Форми контролю: поточний, модульний та підсумковий контроль Положення «Про організацію освітнього процесу в Луцькому національному технічному університеті». Оцінювання результатів навчання є прозорим і здійснюється з урахуванням дотримання принципів академічної доброчесності.

6 – ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ		
Вид компетентності	**Шифр**	**Опис компетентності**
Інтегральна компетентність	ІК	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)	ЗК01	Здатність приймати обґрунтовані рішення.
	ЗК02	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
	ЗК03	Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
	ЗК04	Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
	ЗК05	Навички міжособистісної взаємодії.
	ЗК06	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
	ЗК07	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
	ЗК08	Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)	СК01	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
	СК02	Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
	СК03	Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.
	СК04	Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
	СК05	Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
	СК06	Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
	СК07	Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
	СК08	Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
	СК09	Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
		Визначені ЗВО:
	СК10	Здатність розробляти та реалізовувати стратегії цифрового маркетингу з використанням аналітичного обґрунтування управлінських рішень, сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та інструментів цифрової аналітики.

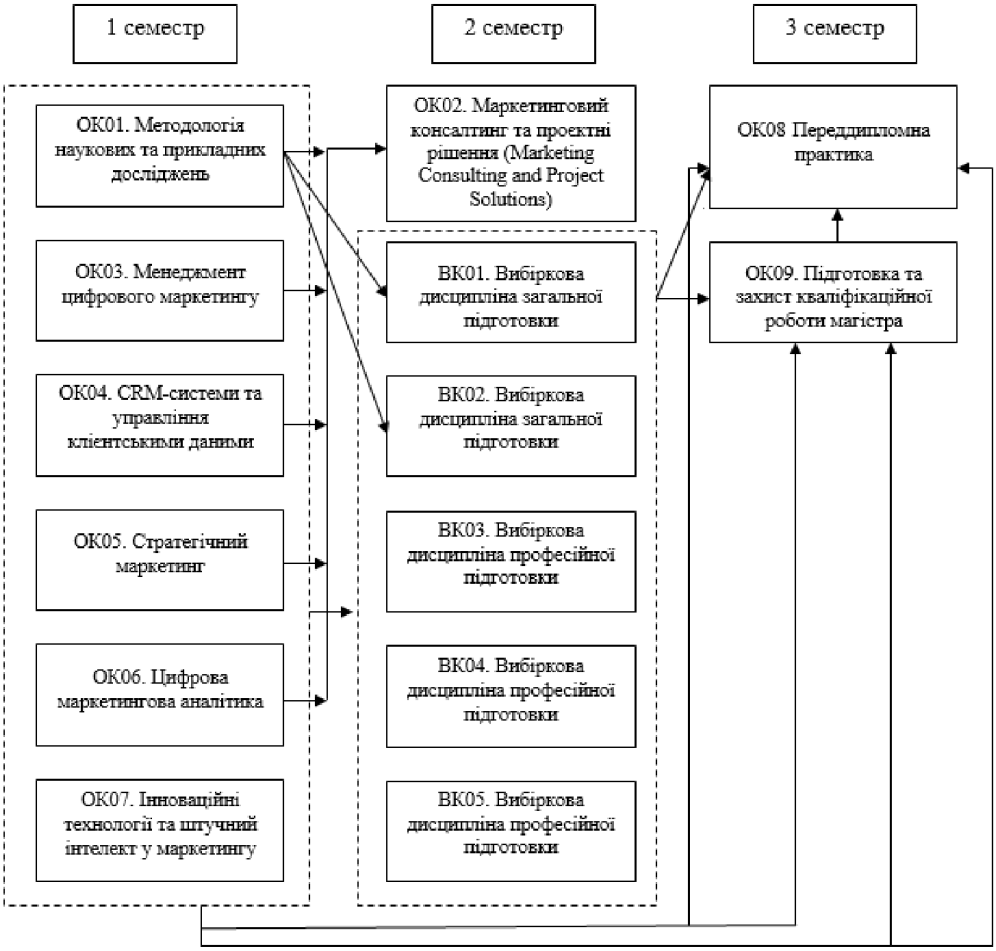
7 – ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
Шифр	**Опис програмного результату навчання**
ПРН01	Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
ПРН02	Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
ПРН03	Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
ПРН04	Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
ПРН05	Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
ПРН06	Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
ПРН07	Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
ПРН08	Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
ПРН09	Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
ПРН10	Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
ПРН11	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта
ПРН12	Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта
ПРН13	Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
ПРН14	Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
ПРН15	Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Набуття здобувачами вищої освіти навичок та компетентностей, спрямованих на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року №70/1	Освітньо-професійна програма «Цифровий маркетинг» пропонує здобувачам вищої освіти освітні компоненти, які сприятимуть формуванню навичок та компетентостей, спрямованих на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року. Відповідність освітніх компонентів Цілям сталого розвитку відображено у матриці формування навичок та компетентностей, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку.
8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ	
Кадрове забезпечення	До реалізації програми залучені науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають кадровим вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, а також висококваліфіковані спеціалісти та стейкхолдери. Науково-педагогічні працівники кафедри постійно підвищують рівень кваліфікації, беруть участь у міжнародних проєктах, грантах та проходять міжнародні стажування.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам щодо надання освітніх послуг у сфері вищої світи і є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, зокрема: навчальні корпуси; гуртожитки; комп'ютерні класи; пункти харчування; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; спортивний комплекс, спортивні майданчики, бази відпочинку; можливості для навчання мало мобільних груп з особливими потребами.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає вимогам внутрішніх нормативних документів та вимогам чинного законодавства України, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та включає: електронний портал ЛНТУ (Е-Портал), до складу якого входять: електронний кабінет студента, кабінет викладача (АС Деканат), електронний освітній портал ЛНТУ – Moodle, репозитарій ЛНТУ, віртуальне навчальне середовище. Офіційний сайт Луцького національного технічного університету: https://lntu.edu.ua/uk Е-Портал: https://lntu.edu.ua/uk/e-portal Електронний освітній портал ЛНТУ: https://mdl.lntu.edu.ua/ Електронна бібліотека ЛНТУ. Цифровий сервіс MyLNTU: https://e.lntu.edu.ua/ Інституційний репозитарій ЛНТУ: https://repository.lntu.edu.ua/home
9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	Право здобувачів вищої освіти на академічну мобільність в межах навчання за освітньою програмою реалізується відповідно до Положення ЛНТУ. На основі двосторонніх договорів між ЛНТУ та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі договорів між Луцьким національним технічним університетом та закладами вищої освіти закордонних країн-партнерів (https://lntu.edu.ua/uk/diyalnist/mizhnarodna).
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Відповідно до вимог чинного законодавства на загальних умовах.
10 – АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ	
Реалізація освітньої програми здійснюється з дотриманням вимог Закону України «Про академічну доброчесність» № 4742-IX. Академічна доброчесність є складовою внутрішньої системи забезпечення якості освіти. Усі учасники освітнього процесу керуються принципами чесності, довіри, поваги до авторства, справедливості та відповідальності. Порушення академічної доброчесності (плагіат, самоплагіат, фальсифікація, списування, недоброчесне використання штучного інтелекту тощо) тягнуть за собою академічну відповідальність відповідно до Закону України «Про академічну доброчесність» № 4742-IX та внутрішніх нормативних актів.	

ПЕРЕЛІК ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код освітніх компонентів	Назва освітніх компонентів ОП (ОК, підсумкова атестація)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю	Семестр
1 Обов'язкова складова				
1.1 Дисципліни загальної підготовки				
ОК.01	Методологія наукових та прикладних досліджень	5	залік	1
ОК.02	Маркетинговий консалтинг та проєктні рішення (marketing consulting and project solutions)	5	екзамен	2
РАЗОМ дисципліни загальної підготовки		**10**		
1.2 Дисципліни професійної підготовки				
ОК.03	Менеджмент цифрового маркетингу	5	екзамен	1
ОК.04	CRM-системи та управління клієнтськими даними	5	екзамен	1
ОК.05	Стратегічний маркетинг	5	екзамен	1
ОК.06	Цифрова маркетингова аналітика	5	екзамен	1
ОК.07	Інноваційні технології та штучний інтелект у маркетингу	5	екзамен	1
РАЗОМ дисципліни професійної підготовки		**25**		
2 Вибіркова складова				
2.1 Загальні дисципліни вільного вибору				
ВК.01	Дисципліна 1	5	залік	2
ВК.02	Дисципліна 2	5	залік	2
2.2 Професійні дисципліни вільного вибору				
ВК.03	Дисципліна 3	5	залік	2
ВК.04	Дисципліна 4	5	залік	2
ВК.05	Дисципліна 5	5	залік	2
3 Практична підготовка				
ОК.08	Переддипломна практика	9	захист з оцінкою	3
4 Атестація				
ОК.09	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи магістра	21	захист з оцінкою	3
Загальний обсяг обов'язкових компонент		**65**		
Загальний обсяг вибіркових компонент		**25**		
Загальний обсяг освітньої програми		***90 (магістр)***		

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОП



ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форма атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота передбачає розв’язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування. Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії. Деталізація вимог до кваліфікаційної роботи, процедура перевірки на плагіат, порядок та вимоги до оприлюднення регламентується внутрішніми документами й положеннями, чинними на момент підсумкової атестації у ЛНТУ.

МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТАМ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Освітні компоненти / Компетентності	ОК.01	ОК.02	ОК.03	ОК.04	ОК.05	ОК.06	ОК.07	ОК.08	ОК.09
ІК	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ЗК01	+	+	+	+	+	+		+	+
ЗК02	+		+		+		+	+	+
ЗК03		+			+	+		+	+
ЗК04		+	+				+	+	+
ЗК05		+							
ЗК06	+		+	+		+	+	+	+
ЗК07		+	+	+	+		+	+	+
ЗК08		+						+	+
СК01	+		+					+	+
СК02	+			+	+	+	+	+	+
СК03	+					+		+	+
СК04		+			+		+	+	+
СК05			+		+	+	+	+	+
СК06		+	+	+	+			+	+
СК07		+	+		+			+	+
СК08		+			+			+	+
СК09	+				+	+		+	+
СК10			+		+	+	+	+	+

МАТРИЦЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ВІДПОВІДНИМИ ОСВІТНІМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Освітні компоненти / Програмні результати навчання	ОК.01	ОК.02	ОК.03	ОК.04	ОК.05	ОК.06	ОК.07	ОК.08	ОК.09
ПРН01	+		+	+	+			+	+
ПРН02	+		+	+	+	+	+	+	+
ПРН03	+				+	+		+	+
ПРН04			+		+		+	+	+
ПРН05	+	+				+		+	+
ПРН06		+	+		+				+
ПРН07					+				+
ПРН08	+	+						+	+
ПРН09			+	+		+	+	+	+
ПРН10			+	+	+	+	+	+	+
ПРН11					+	+		+	+
ПРН12		+	+		+		+	+	+
ПРН13			+					+	+
ПРН14				+					+
ПРН15						+	+	+	+

МАТРИЦЯ ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ, СПРЯМОВАНИХ НА ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВІДПОВІДНИМИ ОСВІТНІМИ КОМПОНЕНТАМИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Цілі сталого розвитку / Освітні компоненти	ЦІЛЬ 1	ЦІЛЬ 2	ЦІЛЬ 3	ЦІЛЬ 4	ЦІЛЬ 5	ЦІЛЬ 6	ЦІЛЬ 7	ЦІЛЬ 8	ЦІЛЬ 9	ЦІЛЬ 10	ЦІЛЬ 11	ЦІЛЬ 12	ЦІЛЬ 13	ЦІЛЬ 14	ЦІЛЬ 15	ЦІЛЬ 16	ЦІЛЬ 17
ОК.01				+				+									+
ОК.02				+				+	+							+	
ОК.03				+				+	+	+		+					
ОК.04				+													
ОК.05				+													
ОК.06				+				+	+			+					
ОК.07				+				+	+							+	
ОК.08																	
ОК.09																	

Перелік нормативних документів, на яких базується освітня програма

1. Конституція України (від 28.06.1996 р.). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр

2. Закон України «Про вищу освіту» (від 01.07.2014 р., № 1556-VII). URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18

3. Закон України «Про освіту» (від 05.09.2017 р., № 2145-VIII). URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19

4. Закон України «Про академічну доброчесність» (від 18.12.2025 р., № 4742-IX). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4742-20#Text

5. Стандарт вищої освіти України за спеціальністю D5 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОН України №… від …).

6. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10

7. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій». URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п

8. Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» № 1187 від 30.12.2015 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п#Text