

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

рівень вищої освіти	другий (магістерський)
спеціальність	D 5 Маркетинг
галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право

ЗАТВЕРДЖЕНО:

вченою радою Дніпровського
національного університету
імені Олеся Гончара
протокол № 162 від 26 . 06 .2025 р.

Вводиться в дію з 01.09.2025 р.

Ректор Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара

Сергій ОКОВИТИЙ
наказ № 190 від 30 . 06 .2025 р.



Дніпро
2025

ПЕРЕДМОВА

1. Внесено: кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту факультету економіки.

2. Розробники (робоча група):

1. Зінченко Ольга Анатоліївна, доктор економічних наук, професор.
2. Магілова Анастасія Юріївна, доктор економічних наук, професор.
3. Сокол Поліна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент.
4. Смирнова Тетяна Анатоліївна, старший викладач.

3. При розробці враховані вимоги:

Освітнього стандарту спеціальності:

Стандарт вищої освіти зі спеціальності Маркетинг затверджений наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960, введений в дію з 2019/2020 навчального року.

Постанови КМУ від 29 квітня 2015 р. № 266 «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» (зі змінами).

4. Рецензії-відгуки стейкхолдерів (додаються):

Роботодавці:

1. Сідаш Д., віцепрезидент Дніпропетровської торгово-промислової палати.
2. Шевкова Л., директор ТОВ «ЛОГОС ЕССЕТ МЕНЕДЖМЕНТ».
3. Єрмоленко Є., начальник лабораторії самостійної науково-дослідної стратегічного планування і маркетингу (ЛСНД 922) ДП «КБ «ПІВДЕННЕ» ім. М.К. Янгеля».
4. Яковенко С., директор ТОВ НТП «КОНКУР».

Здобувачі вищої освіти:

1. Федько М., ДНУ, 1 курс, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма «Маркетинг».
2. Самойленко Д., ДНУ, 4 курс, спеціальність 075 Маркетинг, освітня програма «Маркетинг».

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

Рекомендовано:

вчена рада факультету економіки:
протокол №12 від «05» червня 2025 р.

Голова вченої ради _____ Тетяна Гринько

Погоджено:

Рада із забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності ДНУ:
протокол № 8 від «17» 06 2025р.

Голова РЗЯВО _____ Валентина Сіліч-Балгабаєва

Затверджено та надано чинності рішенням вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара:
від 26 . 06 .2025 р., протокол № 12 (редакція №3 для набору 2025/2026 н.р.).

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності D 5 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Факультет економіки Кафедра маркетингу та міжнародного менеджменту
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми (англійською мовою)	Educational and professional program «Marketing»
Спеціальність	D 5 Маркетинг
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Ступінь вищої освіти	Магістр
Освітня кваліфікація мовою оригіналу	магістр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь: Магістр Спеціальність: D 5 Маркетинг Освітня програма: «Маркетинг»
Кваліфікація в дипломі (англійською мовою)	Degree: Master Specialty: Marketing Educational program: «Marketing»
Професійна кваліфікація	-
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Міністерство освіти і науки України Сертифікат з акредитації освітньої програми <i>Маркетинг</i> спеціальності <i>075 Маркетинг</i> серія УД, № 04007575, від 08.01.2019 р. Термін дії до 01.07.2026 р.*
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра, ОКР спеціаліста. Умови вступу визначені правилами прийому в ДНУ
Форми здобуття освіти	денна
Мова(и) викладання	українська
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату з акредитації освітньої програми до 01.07.2026 р (відповідно до постанови КМУ від 16 березня 2022р. № 295*) або до проходження повторної акредитації освітньої програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://www.dnu.dp.ua https://www.dnu.dp.ua/view/osvitni_programy
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, креативними навиками, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової інноваційної діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності у динамічному маркетинговому середовищі.	

3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	галузь знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальність D 5 Маркетинг Об'єкт(и) вивчення та/або діяльності: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: 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. Теоретичний зміст предметної області: 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. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Відповідна деталізована галузь Міжнародної стандартної класифікації освіти ISCED-F 2013	0414 Marketing and advertising
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма магістра має прикладну орієнтацію, спрямована на спеціальну професійну підготовку сучасних аналітиків, фахівців у сфері маркетингу, здатних до швидкої адаптації до мінливих умов бізнес-середовища
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в сфері маркетингу. <i>Ключові слова:</i> інтерактивний маркетинг, стандартизація і сертифікація продукції та послуг, рекламний менеджмент, стратегічний маркетинг, логістичний менеджмент, маркетинговий менеджмент, комерційна діяльність посередницьких структур, управління маркетинговими проектами, товарна інноваційна політика, маркетинг бізнес-взаємодії, маркетингова політика розподілу, регіональний маркетинг
Особливості програми	Залучення до освітнього процесу професіоналів-практиків провідних компаній різних сфер діяльності.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники можуть працювати на первинних посадах за професіями, визначеними Національним класифікатором України: Класифікатор професій ДК 003:2010 (зі змінами):

	2 Професіонали 24 Інші професіонали 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність). 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності. 2441.2 Економісти
Подальше навчання	Продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти для здобуття ступеня доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, самонавчання на основі методичної літератури, проблемно-орієнтоване навчання, через практичну підготовку
Оцінювання	Екзамени, диференційовані заліки, тестування, есе, презентації, захист курсової роботи, захист звітів з практики, публічний захист кваліфікаційної роботи. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти здійснюється за 100-бальною шкалою.
6 – Програмні 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)	<i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i> 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. <i>Компетентності, визначені закладом вищої освіти:</i> ЗК9. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності) ЗК10. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК\ФК)	<i>Компетентності, визначені стандартом вищої освіти:</i> 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>Компетентності, визначені закладом вищої освіти:</i> СК 10. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів не доброчесності СК 11. Здатність застосовувати сучасні маркетингові цифрові технології в професійній діяльності СК 12. Здатність обґрунтовувати рішення в професійній сфері із дотриманням засад економічної безпеки
7 – Програмні результати навчання	
<i>Результати навчання, визначені стандартом вищої освіти:</i> ПР1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПР2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПР3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПР4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПР5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПР6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПР7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПР8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПР9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПР10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПР11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПР12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. ПР13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його	

підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.

ПР14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

ПР15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

Результати навчання, визначені закладом вищої освіти:

ПР16. Оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт маркетингового управління.

ПР17. Спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

ПР 18. Знати основи запобігання корупції, суспільної та академічної доброчесності на рівні, необхідному для формування нетерпимості до корупції та проявів не доброчесної поведінки серед здобувачів освіти та вміти застосовувати їх в професійній діяльності

ПР 19. Використовувати сучасні маркетингові цифрові технології для проведення аналітики ринків, а також для просування та продажу продукції та послуг цільовим аудиторіям

ПР 20. Демонструвати навички виявлення загроз і небезпек функціонування соціально-економічних систем та приймати рішення в професійній сфері із дотриманням засад економічної безпеки

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення	Кадрове забезпечення відповідає чинним Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах: відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних працівників освітнім галузі знань та спеціальності; обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; впровадження результатів стажування та наукової діяльності в освітній процес.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення навчальних приміщень та соціальна інфраструктура університету в повному обсязі відповідає чинним Ліцензійним умовам. В освітньому процесі використовується мультимедійне обладнання для проведення лекцій, для практичних та лабораторних занять – обладнання комп'ютерних лабораторій.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Університет має власний веб-сайт за адресою http://dnu.dp.ua , де розміщено інформацію щодо інформаційного та навчально-методичного забезпечення освітнього процесу. Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: бібліотеки, мережі Internet з вільним доступом, цифрового репозиторію. Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених для кожної дисципліни робочих навчальних програмах, а також програмах практичної підготовки. В наявності завдання для самостійної (індивідуальної) роботи студентів, методичні рекомендації для виконання курсових та кваліфікаційних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь студентів розроблено для поточного та семестрового контролю з кожної дисципліни, а також для підсумкової атестації.

	Для формування та дотримання принципів академічної доброчесності в освітньому процесі застосовується академічна антиплагіатна система <i>StrikePlagiarism</i> (ТОВ «Плагіат»).
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами інших країн
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе за умови вивчення студентом української мови

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

2.1. Перелік компонент ОП

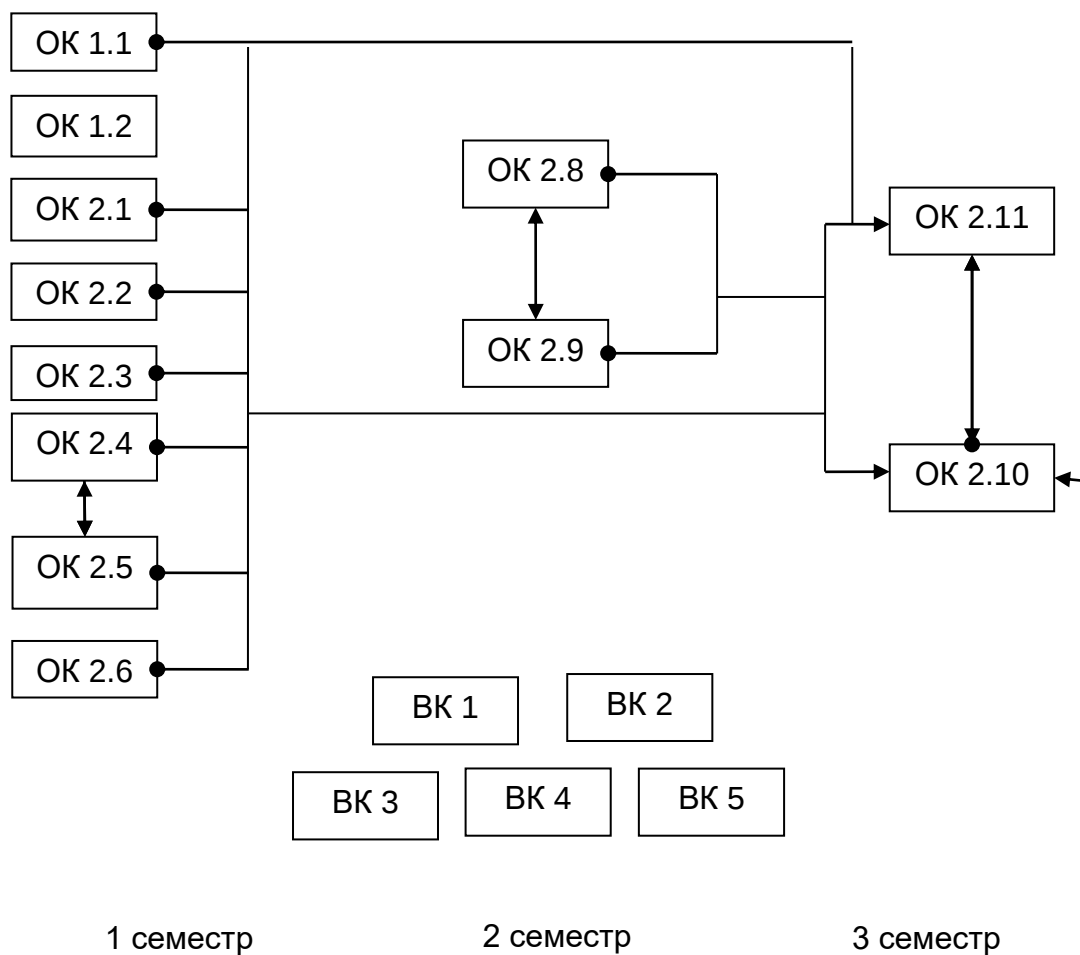
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
Обов'язкові компоненти:				
I Цикл загальної підготовки				
ОК 1.1	Методологія та організація наукових досліджень	3,0	екзамен	1
ОК 1.2	Іноземна мова професійного спілкування	3,0	диф. залік	1
Всього I		6		
II Цикл професійної підготовки				
ОК 2.1	Маркетинг-менеджмент	5,0	екзамен	1
ОК 2.2	Інтерактивний маркетинг	4,0	диф. залік	1
ОК 2.3	Рекламний менеджмент	5,0	екзамен	1
ОК 2.4	Стратегічний маркетинг	4,0	екзамен	1
ОК 2.5	Курсова робота за дисципліною «Стратегічний маркетинг»	1,0	диф. залік	1
ОК 2.6	Бренд-менеджмент	5,0	диф. залік	1
ОК 2.7	Діагностика регіональних ринків	4,0	екзамен	2
ОК 2.8	Курсова робота за дисципліною «Діагностика регіональних ринків»	1,0	диф. залік	2
ОК 2.9	Виробнича практика: переддипломна	6,0	диф. залік	3
ОК 2.10	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	24,0	захист кваліфікацій- ної роботи	3
Всього II		59		
Разом		65		
Вибіркові компоненти:				
ВК 1	Дисципліна 1	5,0	диф. залік	2
ВК 2	Дисципліна 2	5,0	диф. залік	2
ВК 3	Дисципліна 3	5,0	диф. залік	2
ВК 4	Дисципліна 4	5,0	диф. залік	2
ВК 5	Дисципліна 5	5,0	диф. залік	2
Загальний обсяг обов'язкових компонент				65 (72%)
Загальний обсяг вибірових компонент (дисципліни за вибором студента)				25 (28%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				90

Примітка: здобувачі вищої освіти обирають дисципліни за вибором відповідно до «Положення про порядок обрання здобувачами вищої освіти дисциплін за вибором у ДНУ» (перелік дисциплін розміщується на сайті університету).

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів в за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.2, ОК 2.1, ОК 2.2, ОК 2.3, ОК 2.4, ОК 2.5, ОК 2.6	8	15
	2	ОК 2.7, ОК 2.8, ОК 2.9, ОК 2.10, ОК 2.11, ОК 2.12, ОК 2.13, ОК 2.14, ОК 2.15, ОК 2.16, ОК 2.17, ОК 2.18, ОК 2.19, ОК 2.20, ОК 2.21, ОК 2.22, ОК 2.23, ОК 2.24, ОК 2.25, ОК 2.26, ОК 2.27, ОК 2.28, ОК 2.29, ОК 2.30, ОК 2.31, ОК 2.32, ОК 2.33, ОК 2.34, ОК 2.35, ОК 2.36, ОК 2.37, ОК 2.38, ОК 2.39, ОК 2.40, ОК 2.41, ОК 2.42, ОК 2.43, ОК 2.44, ОК 2.45, ОК 2.46, ОК 2.47, ОК 2.48, ОК 2.49, ОК 2.50, ОК 2.51, ОК 2.52, ОК 2.53, ОК 2.54, ОК 2.55, ОК 2.56, ОК 2.57, ОК 2.58, ОК 2.59, ОК 2.60, ОК 2.61, ОК 2.62, ОК 2.63, ОК 2.64, ОК 2.65, ОК 2.66, ОК 2.67, ОК 2.68, ОК 2.69, ОК 2.70, ОК 2.71, ОК 2.72, ОК 2.73, ОК 2.74, ОК 2.75, ОК 2.76, ОК 2.77, ОК 2.78, ОК 2.79, ОК 2.80, ОК 2.81, ОК 2.82, ОК 2.83, ОК 2.84, ОК 2.85, ОК 2.86, ОК 2.87, ОК 2.88, ОК 2.89, ОК 2.90, ОК 2.91, ОК 2.92, ОК 2.93, ОК 2.94, ОК 2.95, ОК 2.96, ОК 2.97, ОК 2.98, ОК 2.99, ОК 2.100	7	
2	3	ОК 2.9, ОК 2.10	2	2

Структурно-логічна схема послідовності вивчення (виконання) освітніх компонент ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

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

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	ОК 2.8	ОК 2.9	ОК 2.10
ЗК 1			•			•	•				•	•
ЗК 2				•	•			•			•	•
ЗК 3			•								•	•
ЗК 4		•		•	•						•	•
ЗК 5		•		•							•	•
ЗК 6	•								•	•	•	•
ЗК 7					•			•			•	•
ЗК 8								•				•
ЗК 9		•									•	•
ЗК 10			•								•	•
СК 1				•		•	•					•
СК 2	•		•									•
СК 3	•								•	•		•
СК 4					•			•			•	•
СК 5									•	•	•	•
СК 6			•			•	•	•			•	•
СК 7						•	•				•	•
СК 8			•									•
СК 9	•				•				•	•	•	•
СК 10			•		•						•	•
СК 11				•	•				•	•	•	•
СК 12			•			•	•				•	•

5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПР) відповідними компонентами освітньої програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	ОК 2.8	ОК 2.9	ОК 2.10
ПР 1	•		•	•							•	•
ПР 2			•	•	•						•	•
ПР 3	•				•				•	•		•
ПР 4			•			•	•					•
ПР 5	•	•										•
ПР 6			•		•			•			•	•
ПР 7			•			•	•	•			•	•
ПР 8		•		•							•	•
ПР 9			•					•			•	•
ПР 10			•						•	•	•	•
ПР 11						•	•				•	•
ПР 12						•	•		•	•	•	•
ПР 13			•			•	•				•	•
ПР 14				•	•			•				•
ПР 15				•					•	•	•	•
ПР 16			•	•					•	•	•	•
ПР 17		•									•	•
ПР 18	•		•								•	•
ПР 19				•	•				•	•	•	•
ПР 20			•			•	•		•	•	•	•