

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради _____
(протокол №_____ від «__» _____ 202_ р.)
Освітня програма вводиться в дію з 1.09.202_ р.
Ректор _____
(наказ №_____ від «__» _____ 202_ р.)

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність

Другий (магістерський)
D Бізнес, адміністрування та право
D5 Маркетинг

ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Доцент кафедри маркетингу
_____ Мар'яна ДОРОШ-КІЗИМ
«___» _____ 202_ р.

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією
спеціальності D5 Маркетинг
Протокол № __ від «___» _____ 202_ р.
Голова навчально-методичної комісії
спеціальності
_____ Ярослав БЕРЕЗІВСЬКИЙ

РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною радою
факультету менеджменту, бізнесу та
публічного адміністрування
Протокол № __ від «___» _____ 202_ р.
Голова навчально-методичної ради
факультету
_____ Мирослава ВОВК

ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету
менеджменту, бізнесу та публічного
адміністрування
Протокол № __ від «___» _____ 202_ р.
Голова вченої ради факультету
_____ Олег ГРИМАК

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної
роботи та якості освіти,
к. е. н., доцент
_____ Олег МИКУЛА
«___» _____ 202_ р.

ПОГОДЖЕНО

Перший проректор, к. вет. н.,
доцент
_____ Ігор ДВИЛЮК
«___» _____ 202_ р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право розроблено на основі Стандарту вищої освіти України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960, проектною групою у складі:

1. Дорош-Кізим Мар'яна Михайлівна – керівник проєктної групи (гарант освітньої програми), к.е.н., доцентка кафедри маркетингу;
2. Березівський Ярослав Петрович – к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри маркетингу;
3. Бабич Леся Володимирівна – к.е.н., доцентка кафедри маркетингу;
4. Грабовський Роман Стефанович – к.е.н., доцент кафедри маркетингу;
5. Лимар Василина Михайлівна – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗОВНІШНІЮ АПРОБАЦІЮ

A. Рецензії

- 1.
- 2.
- 3.

B. Відгуки представників ринку праці

- 1.
- 2.
- 3.

1. Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності D5 Маркетинг

1. Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З.Гжицького Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування Кафедра маркетингу
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації	Магістр Магістр маркетингу
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Тип програми	Освітньо-професійна
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому	Диплом магістра, одиничний
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, Україна, сертифікат про акредитацію освітньої програми «Маркетинг» № 907, виданий від 18.12.2020 р. терміном дії до 01.07.2026 р.
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
Форми здобуття освіти, кількість кредитів ЄКТС та розрахункові строки виконання освітньої програми	Основними формами здобуття вищої освіти є: інституційна (очна, заочна), дуальна. 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Передумови	Вища освіта зі ступенем бакалавр
Мова викладання	Українська мова
Термін дії освітньої програми	До наступного планового оновлення, не перевищуючи періоду акредитації.
Найменування партнера за узгодженою спільною освітньою програмою (за наявності)	-
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://lvet.edu.ua/index.php/navchalna-robota/osvitni-prohramy.html

1.2. Мета освітньої програми

Мета – підготовка магістрів маркетингу, здатних застосовувати інноваційне мислення та сформовані загальні і фахові компетентності для ефективного управління маркетинговою діяльністю, проведення дослідницько-аналітичної роботи та розв'язання практичних завдань у динамічному та невизначеному ринковому середовищі з використанням сучасних цифрових інструментів.

Цілі:

- формування у здобувачів системних знань і професійних компетентностей у сфері сучасного маркетингу як основи ефективного управління діяльністю підприємств і організацій;
- розвиток аналітичних та дослідницьких навичок для маркетингових досліджень і обґрунтування управлінських рішень;
- набуття практичних умінь управління маркетингом на різних рівнях діяльності підприємства (підприємство, підрозділ, проєкт, мережа);
- розвиток стратегічного, інноваційного та креативного мислення для розробки й реалізації стратегій, впровадження інновацій та використання сучасних цифрових інструментів у сфері маркетингу;
- формування управлінських, комунікаційних і проєктних компетентностей для ефективної командної роботи, ведення переговорів та презентації результатів маркетингових досліджень і проєктів;
- підготовка до професійної маркетингової діяльності на засадах соціальної відповідальності, сталого розвитку та дотримання норм цивільного захисту;
- забезпечення готовності до подальшого навчання та безперервного професійного розвитку, включно з навчанням на третьому рівні та в системі післядипломної освіти.

3. Характеристика програми

Опис предметної області	Галузь знань D Бізнес, адміністрування та право, спеціальність D5 Маркетинг, освітня програма «Маркетинг» <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <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. <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. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація програми	Освітньо-професійна програма має прикладну орієнтацію.
Основний фокус програми	Управління маркетинговою діяльністю суб'єкта господарювання для реалізації його економічних та соціальних інтересів. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, управління системою маркетингу аграрно-промислового підприємства, стратегічний маркетинг.

Особливості програми	Програма орієнтована на підготовку фахівців, що володіють знаннями з управління маркетинговою діяльністю підприємств, які працюють на аграрному ринку, здатних до системного та креативного мислення. Програма передбачає обов'язкове проходження дослідницько-аналітичної практики на сільськогосподарських та переробних підприємствах, організаціях, що відносяться до фізичних елементів інфраструктури аграрного ринку.
4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Згідно з Національним класифікатором України «Класифікатор видів економічної діяльності КВЕД ДК 009:2010» фахівці, які здобули освіту за освітньою програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика» можуть займатись такими видами діяльності: 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування; 73.11 Рекламні агентства; 73.12 Посередництво в розміщуванні реклами в засобах масової інформації; 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки; 74.90 Інша професійна, наукова та технічна діяльність, н.в.і.у. 62.09 Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем; 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н.в.і.у.; 82.30 Організування конгресів і торговельних виставок; 58.19 Інші види видавничої діяльності; 63.11 Оброблення даних, розміщення інформації на вебвузлах і пов'язана з ними діяльність; 98.20 Діяльність домашніх господарств як виробників послуг для власного споживання. Згідно з Національним класифікатором України «Класифікатор професій ДК 003:2010» випускники можуть працювати за професіями: 1233. Директор з маркетингу, начальник відділу збуту (маркетингу); 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу, менеджер (управитель) з збуту постачання, менеджер (управитель) із збуту, менеджер (управитель) із зав'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами; 2122.2 Економіст-статистик (прикладна статистика); 2419.2 Економіст із збуту, консультант з маркетингу, рекламіст, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; 3419 Організатор із збуту; 3434 Асистент економіста-статистика; 3436 Помічник керівника відділу маркетингу.
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, а також набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, змішані форми навчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у формі: лекцій, семінарів, практичних занять та практик. Значна частина навчального матеріалу вивчається у формі самостійної роботи на основі підручників, посібників, консультацій із

	викладачами, використання Інтернет-ресурсів та віртуального навчального середовища на платформі Moodle.
Оцінювання	Письмові та усні складові екзаменів та заліків, захист звіту з дослідницько-аналітичної практики, захист кваліфікаційної роботи.
6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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	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.
Спеціальні (фахові) компетентності	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 ЗВО</i> СК10. Здатність визначати специфіку аграрного ринку та поведінку споживачів на ньому. СК11. Здатність планувати та провадити маркетингову інноваційну діяльність підприємства, що працює на аграрному ринку. СК12. Здатність превентивного і аварійного планування та управління заходами цивільного захисту.
7. Програмні результати навчання	
Р1. Знати і 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 задач ринкового суб'єкта. Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	

- P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
- Практичні результати визначені ЗВО*
- P16. Забезпечувати інноваційний розвиток підприємств з виробництва та переробки сільськогосподарської продукції на основі розробки і реалізації маркетингових стратегій.
- P17. Виявляти специфіку економічних відносин на аграрному ринку та поведінку його суб'єктів.
- P18. Розробляти плани та управляти заходами цивільного захисту.

8. Ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми

Кадрове забезпечення	Якісний склад науково-педагогічних працівників, що забезпечують освітньо-професійну програму, відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. №1187 у чинній редакції. Усі науково-педагогічні працівники за кваліфікацією відповідають профілю і напрямку дисциплін, що викладаються. Понад 90% викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені та в процесі організації навчального процесу залучаються фахівці-практики з досвідом роботи за фахом.
Матеріально-технічне забезпечення	Проведення навчальних занять та контрольних заходів забезпечене відповідними приміщеннями, площа яких перевищує встановлені норми. Більше половини навчальних аудиторій забезпечено стаціонарним мультимедійним обладнанням. Усі приміщення відповідають будівельним та санітарним нормам. Повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів. Соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку.
Інформаційне та навчально-методичне	Належна забезпеченість бібліотеки підручниками та посібниками, вітчизняними і закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до джерел Internet, авторських розробок

забезпечення	професорсько-викладацького складу. На вебсайті університету розміщена інформація про ліцензії та сертифікати про акредитацію; навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін; графік освітнього процесу; навчальні плани; робочі програми дисциплін; навчально-методичне забезпечення з кожної дисципліни навчального плану; програма виробничої практики. Необхідні навчальні матеріали подаються у віртуальному середовищі Moodle.
9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Здійснюється відповідно до «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького» на основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького та університетами України. Університет переводить здобувачів вищої освіти з інших ЗВО України за спеціальністю D5 Маркетинг з перезарахуванням дисциплін у межах кредитно-трансферної системи. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до академічної довідки згідно з «Положенням про порядок перезарахування (зарахування) навчальних дисциплін чи інших компонентів навчального плану у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького».
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького та навчальними закладами країн-партнерів. Індивідуальна академічна мобільність можлива шляхом участі у програмах проєкту Еразмус +.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе на загальних умовах після вивчення курсу української мови згідно з «Правилами прийому до Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького».

2. Перелік компонент та структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код навчальної компоненти	Компоненти	Обсяг кредитів ЄКТС	Семестр			Форма підсумкового контролю
			1	2	3	
Обов'язкові компоненти						
ОК 1.	Соціально-економічна англійська лексика	3	x			Залік
ОК 2.	Соціальна відповідальність бізнесу	4	x			Залік
ОК 3.	Цивільний захист	3	x			Залік
ОК 4.	Інноваційний маркетинг	5	x			Екзамен
ОК 5.	Методологія прикладних досліджень у маркетингу	5	x			Екзамен
ОК 6.	Маркетинговий менеджмент	5	x			Екзамен
ОК 7.	Рекламний менеджмент	5	x			Екзамен
ОК 8.	Стратегічний маркетинг	6		x		Екзамен
ОК 9.	Управління каналами розподілу сільськогосподарської продукції	4		x		Екзамен
ОК 10.	Управління проєктами	5		x		Екзамен
ОК 11.	Маркетинг відносин	5		x		Екзамен
ОК 12.	Дослідницько-аналітична практика	9			x	Захист звіту
ОК 13.	Підготовка кваліфікаційної роботи	9			x	Захист кваліфікаційної роботи
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66				
Вибіркові компоненти						
ВК 1	Вибіркова компонента 1	3		x		Залік
ВК 2	Вибіркова компонента 2	3		x		Залік
ВК 3	Вибіркова компонента 3	3		x		Залік
ВК 4	Вибіркова компонента 4	3		x		Залік
ВК 5	Вибіркова компонента 5	3			x	Залік
ВК 6	Вибіркова компонента 6	3			x	Залік
ВК 7	Вибіркова компонента 7	3			x	Залік
ВК 8	Вибіркова компонента 8	3			x	Залік
Загальний обсяг вибірових компонент		24				
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		90	30	30	30	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



Рис.1. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми

3. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

У університеті функціонує система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищого навчального закладу та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату у наукових працях працівників закладів вищої освіти і здобувачів вищої освіти;
- 9) інших процедур і заходів.

4. Атестація

Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту 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.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.

[illegible]

6. Матриця відповідності програмних результатів навчання компонентам освітньо-професійної програми

[illegible]