

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Введено в дію
Наказом ректора ЛНУП
від «14» червня 2024 р.
№ 170
зі змінами внесеними
Наказом ректора ЛНУП
від «26» серпня 2024 р.
№ 210

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПЕРШИЙ (БАКАЛАВРСЬКИЙ) РІВЕНЬ
(назва рівня вищої освіти)

СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАВР
(назва ступеня вищої освіти)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 07 «УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ»
(шифр та назва галузі знань)

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 075 «МАРКЕТИНГ»
(код та найменування спеціальності)

КВАЛІФІКАЦІЯ Бакалавр маркетингу

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради ЛНУП
від «12» червня 2024 р.
Протокол № 10
зі змінами внесеними
на засіданні Вченої ради ЛНУП
від «19» серпня 2024 р.
Протокол № 1

ДУБЛЯНИ 2024 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
Освітньо-професійної програми

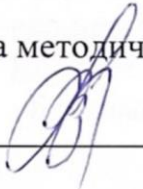
Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**
Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**
Спеціальність **075 «Маркетинг»**
Освітня програма **маркетинг**
Кваліфікація **бакалавр маркетингу**

СХВАЛЕНО

Методичною комісією факультету
управління, економіки та права

Протокол № 6
від 07 червня 2024 р.

Голова методичної комісії


_____ Володимир КОВАЛІВ

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-виховної
роботи

Віталій БОЯРЧУК

_____ 2024 р.

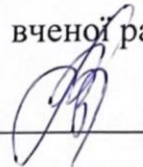


РЕКОМЕНДОВАНО

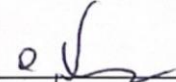
Вченою радою факультету
управління, економіки та права

Протокол № 10
від 10 червня 2024 р.

Голова вченої ради факультету


_____ Володимир КОВАЛІВ

Керівник НМВЗЯВО університету


_____ Олег МИКУЛА

« 10 » _____ 2024 р.

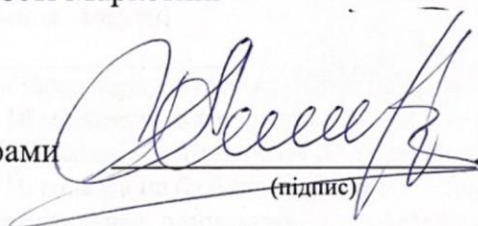
ПЕРЕДМОВА

Освітньої програма «Маркетинг» є нормативним документом, який регламентує вимоги щодо підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг». Вона враховує вимоги Закону України «Про вищу освіту» Національної рамки кваліфікацій та Стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність: 075 «Маркетинг». Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 13.11.2018 р. № 1244 (із змінами внесеними наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 № 1343 та наказом Міністерства освіти і науки України від 13.06.2024 № 842).

Розроблено робочою групою у складі:

1. Линдюк Андрій Олександрович – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП, гарант освітньої програми
2. Булик Оксана Богданівна – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП
3. Гаврилюк Іванна Іванівна – к.е.н., в.о. доцента кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу ЛНУП а
4. Костенко Євгеній Олександрович – здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності Маркетинг

Гарант освітньої програми



(підпис)

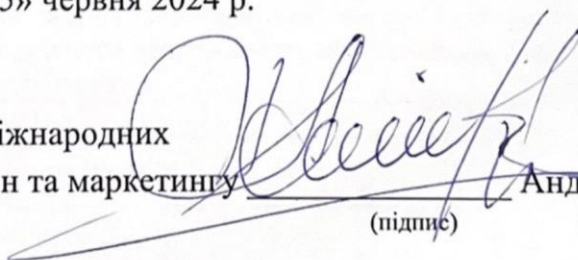
Андрій ЛИНДЮК

(ім'я та прізвище)

Освітньо-професійна програма обговорена та схвалена на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Протокол № 23 від «5» червня 2024 р.

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу



(підпис)

Андрій ЛИНДЮК

(ім'я та прізвище)

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1.1 Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Львівський національний університет природокористування Факультет управління, економіки та права Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу
Рівень освіти	Перший (бакалаврський)
Ступінь освіти	Бакалавр
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 - Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Ступінь освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Обмеження щодо форми навчання	Обмеження відсутні
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання – 3 роки 10 місяців на базі повної загальної середньої освіти Диплом бакалавра, одиничний, 180 кредитів ЄКТС, термін навчання – 2 роки 10 місяців на базі ступеня «фаховий молодший бакалавр» Диплом бакалавра, одиничний, 120 кредитів ЄКТС, термін навчання – 1 рік 10 місяців на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст»)
Наявність акредитації	
Цикл/рівень	НКР України – 6 рівень (бакалавр), FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Умови вступу визначаються «Правилами прийому до Львівського національного університету природокористування», затвердженими Вченою радою
Мова викладання	українська
Термін освіти програми	До «1» липня 2028 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/osvitprog/rvo-bakalavrosvprog
1.2. Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють необхідними фаховими знаннями та навиками, сучасним мисленням, комплексом загальних та професійних компетентностей для вмілого вирішення прикладних завдань у сфері маркетингу в умовах глобалізації економіки.	

1.3. Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	07 – Управління та адміністрування 075 – Маркетинг
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Міждисциплінарна та професійна підготовка здобувачів вищої освіти з маркетингу, прийняття ефективних професійних та організаційно-технічних рішень в сфері маркетингу та управлінні маркетинговою діяльністю підприємства; виконання розробки та реалізації ефективної стратегії маркетингу в умовах глобалізаційної економіки.
Основний фокус освітньої програми	Спеціальна в галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» освітня програма «Маркетинг» Ключові слова: Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, політика розподілу, міжнародні ринки, маркетингова цінова політика, маркетингові комунікації, цифровий маркетинг, брендинг, маркетинг територій, бізнес-маркетинг, управління, аудит.
Особливості програми	Програма ґрунтується на основних поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку сучасного ринку. Програма передбачає відповідну підготовку маркетологів, здатних до швидкої адаптації трансформаційних ринкових змін та новітнього бізнес-середовища. Орієнтована на базову підготовку сучасних маркетологів, які є ініціативними та здатними до швидкої адаптації до умов та викликів сучасного економічного середовища. Враховує особливості вирішення практичних питань маркетингової діяльності загалом, на міжнародному рівні, в тому числі на міжнародному рівні. Формує маркетологів з новим філософським способом мислення, здатних не лише застосовувати існуючі методи економічного аналізу, але й розробляти нові на базі сучасних досягнень. Поглиблене вивчення іноземних мов продовж восьми семестрів з можливістю мовного стажування під час проходження, навчальних і виробничої практик за кордоном. Після четвертого семестру здобувачі вищої освіти можуть брати участь у програмах, які передбачають трансфер студентів в закордонні навчальні заклади, переходити на дуальну форму навчання. Для формування у здобувачів вищої освіти окремих спеціальних компетентностей передбачається залучення до навчального процесу фахівців з виробництва.
1.4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускник з професійною кваліфікацією «Бакалавр маркетингу» придатний до працевлаштування на відповідні посади на підприємствах, в системі державного управління та місцевого самоврядування: консультант з маркетингу, менеджер (управитель) з маркетингу, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог), фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку, агент рекламний, менеджер (управитель) з реклами, представник з реклами, рекламіст, менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю, фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою, економіст із збуту, економіст із ціноутворення, менеджер (управитель) із збуту, організатор із збуту.

	Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.
Подальше навчання	Можливість продовжувати освіту за другим (магістерським) рівнем вищої освіти (7 рівнем НРК). Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
1.5. Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основою викладання та навчання є студентоцентризований підхід. Використовуються технології інтенсифікації та індивідуалізації, технологія дистанційного та розвивального навчання, технології індивідуального, програмованого, розвивального навчання, кредитно-трансферна система організації навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання здійснюється у формі мультимедійних та інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, самостійного навчання з використанням підручників та посібників, консультацій з викладачами тощо.
Оцінювання	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється відповідно до «Положення про критерії оцінювання знань та вмінь студентів Львівського національного університету природокористування.» https://lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/zahalni-polozhennia . Види контролю: поточний, тематичний, підсумковий, самоконтроль. Форми контролю: Екзамен, залік. Поточний контроль – усне та письмове опитування, оцінка роботи в малих групах, тестування, захист індивідуальних завдань. Підсумковий контроль – екзамени та заліки з урахуванням накопичених балів поточного контролю, захист курсових робіт/проектів і звітів за практику. Поряд із традиційною системою оцінювання існує рейтингове оцінювання, що сприяє систематичній та активній самостійній роботі здобувачів вищої освіти впродовж усього періоду навчання, забезпечує здорову конкуренцію у студентському середовищі, сприяє виявленню і розвитку творчих та наукових здібностей здобувачів вищої освіти. Підсумкова атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.
1.6. Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. 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. ЗК2. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і

	<p>взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>1.7. Програмні результати навчання (ПРН)</p>	
<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p>	

- P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. 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.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми

Кадрове забезпечення

Випусковою кафедрою є кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу.

Якісний склад науково-педагогічних працівників випускової кафедри та структура розподілу навчального навантаження підготовки фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг» відповідають діючим нормативам освітньої діяльності з підготовки студентів освітнього ступеня «Бакалавр», що відповідає державним вимогам до акредитації зазначеної спеціальності.

Усі науково-педагогічні працівники, які забезпечують викладання дисциплін освітньої програми, є працівниками університету і мають кваліфікацію відповідно до спеціальності. До викладання окремих

	вибіркових дисциплін спеціальності залучатимуться фахівці з виробництва, зокрема регіональні представники компаній ТОВ «АДС Захід», ТОВ «Краснебрук», маркетингова агенція «Знаєш Agency», Львівський обласний центр зайнятості та інші.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічна база для спеціальності 075 «Маркетинг» створена і відповідає вимогам до акредитації спеціальності. Аудиторний фонд дозволяє проводити лекційні та практичні заняття з усіх навчальних дисциплін. Забезпеченість мультимедійним обладнанням та комп'ютерними робочими місцями відповідає потребі. Наявна уся необхідна соціально-побутова інфраструктура. Кількість місць у гуртожитках є достатньою. Задоволення соціально-побутових потреб учасників навчального процесу забезпечують: гуртожитки, готель; заклади громадського харчування (кафе, їдальня, буфети тощо); кіоски; спортивні майданчики та спортзали; парки. Львівський національний університет природокористування має статус студентського містечка.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Офіційний сайт університету https://lnup.edu.ua/ містить усю необхідну інформацію про освітні програми, навчально-наукову та виховну діяльність, структуру університету, правила прийому та контакти. Освітній процес в повній мірі забезпечений навчально-методичною та науковою літературою, інформація про навчально-методичне забезпечення в Віртуальному навчальному середовищі ЛНУП https://moodle.lnup.edu.ua/ . На випусковій кафедрі створено навчальний кабінет, укомплектований навчальними і науковими виданнями. Фонди наукової, навчальної літератури, читальні зали розташовані як у навчальних корпусах, так і в гуртожитках університету.
1.9. Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом природокористування та університетами України: 1. Таврійським державним агротехнологічним університетом; 2. Харківським національним аграрним університетом імені В.В. Докучаєва; 3. Сумський національний аграрний університет; 4. Миколаївським національним аграрним університетом, 5. Національним університетом «Львівська політехніка», 6. Львівським національним університетом імені Івана Франка. Відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Львівському національному університеті природокористування. https://lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/zahalni-polozhennia
Міжнародна кредитна мобільність	Відповідно до Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність у Львівському національному університеті природокористування (https://lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/zahalni-polozhennia) у рамках програми ЄС Еразмус+ на основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом природокористування та навчальними закладами країн-партнерів https://lnup.edu.ua/uk/viddil-mizhnarodnykh-zviazkiv
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе на загальних умовах.

2. Перелік компонент освітньої програми «Маркетинг» та їх логічна послідовність

2.1 Перелік компонент ОП

(Окремі компоненти освітньої програми можуть повністю або частково визнано та перезараховано для здобувачів вищої освіти, зарахованих на базі ступеня «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») за результатами навчання отриманими в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра, фахового молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста) відповідно до «Положення про порядок визначення академічної різниці та перезарахування результатів навчання (навчальних дисциплін) у Львівському національному університеті природокористування». <https://lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/zahalni-polozhennia>

Загальний обсяг компонентів освітньої програми :

на основі ступеня «молодший бакалавр» «(освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;

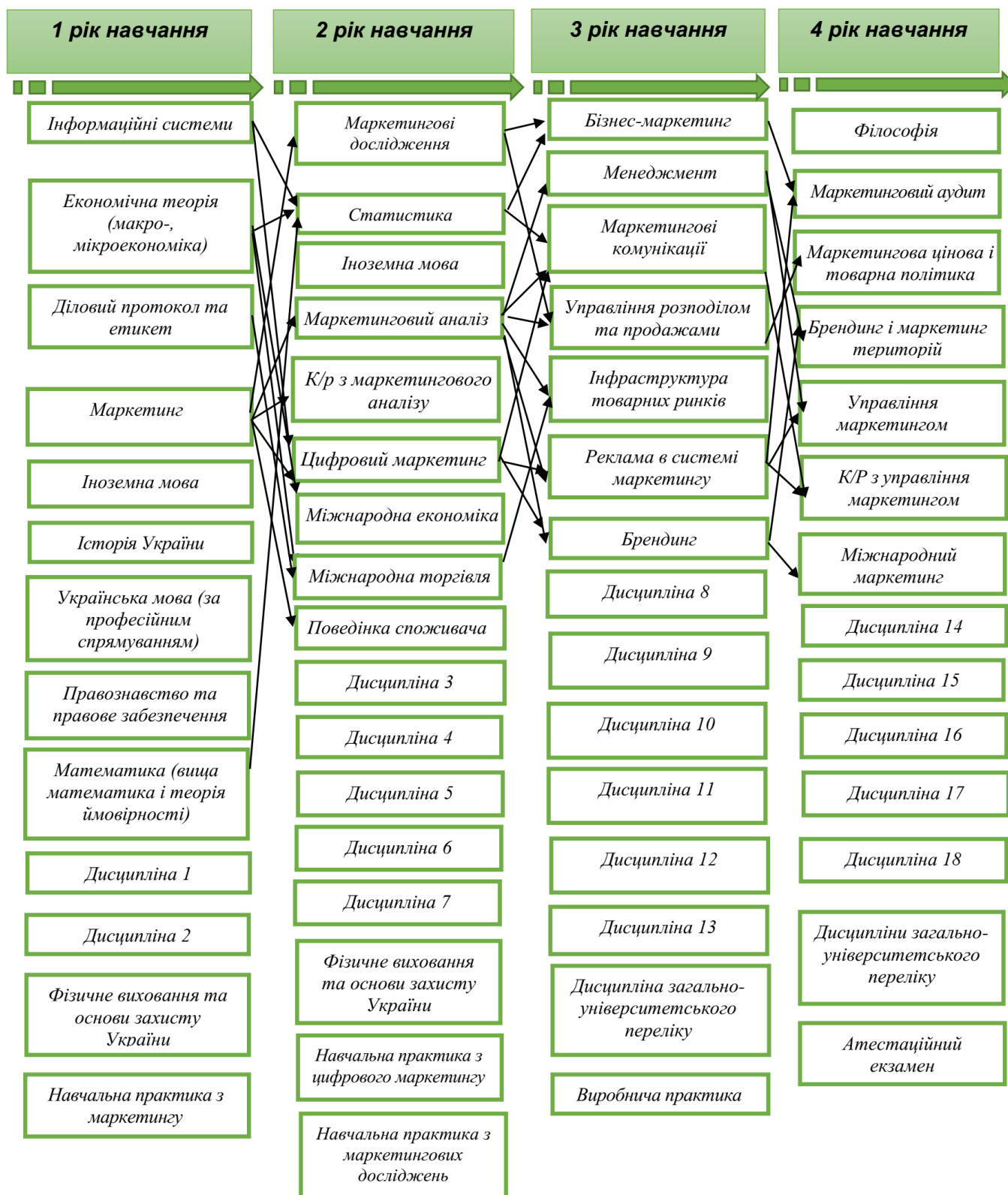
- на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» не більше ніж 60 кредитів ЄКТС.)

Код н/д	Компоненти освітньої програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти загальної підготовки			
ОК 1	Історія України	4	Екзамен
ОК 2	Українська мова (за професійним спрямуванням)	4	Екзамен
ОК 3	Діловий протокол та етикет	3	Залік
ОК 4	Правознавство та правове забезпечення	4	Екзамен
ОК 5	Економічна теорія (макро- та мікроекономіка)	7	Залік, Екзамен
ОК 6	Математика (вища математика і теорія ймовірності)	5	Екзамен
ОК 7	Інформаційні системи	4	Екзамен
ОК 8	Статистика	4	Екзамен
ОК 9	Філософія	4	Екзамен
ОК 10	Фізичне виховання та основи захисту України	8	Заліки
ОК 11	Іноземна мова	9	Заліки, екзамен
ОК 12	Міжнародна економіка	4	Екзамен
РАЗОМ		60	
Обов'язкові компоненти професійної підготовки ОП			
ОК 13	Маркетинг	9	Екзамени
ОК 14	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
ОК 15	Поведінка споживачів	4	Екзамен
ОК 16	Маркетинговий аналіз (+ курсова робота)	6	Екзамен, захист курсової
ОК 17	Цифровий маркетинг	4	Екзамен
ОК 18	Бізнес-маркетинг	5	Екзамен
ОК 19	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 20	Брендинг	4	Екзамен
ОК 21	Управління розподілом та продажами	8	Екзамени
ОК 22	Інфраструктура товарних ринків	4	Екзамен
ОК 23	Реклама в системі маркетингу	4	Екзамен
ОК 24	Маркетинговий аудит	5	Екзамен
ОК 25	Маркетингова цінова та товарна політика	8	Екзамени
ОК 26	Брендинг і маркетинг територій	8	Екзамени
ОК 27	Управління маркетингом (+ курсова робота)	6	Екзамен, захист курсової
ОК 28	Міжнародна торгівля	4	Екзамен

ОК 29	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 30	Міжнародний маркетинг	5	Екзамен
ОК 31	Навчальна практика з маркетингу	6	Захист
ОК 32	Навчальна практика зі маркетингових досліджень	3	Захист
ОК 33	Навчальна практика з цифрового маркетингу	3	Захист
ОК 34	Виробнича практика	6	Захист
ОК 35	Атестаційний екзамен	6	Екзамен
РАЗОМ:		120	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОBOB'ЯЗКОВИХ КОМПОНЕНТ:		180	
Вибіркові компоненти загальної підготовки ОП			
ВК 1	Вибіркові дисципліни загальноуніверситетського переліку 1	3	Залік
ВК 2	Вибіркові дисципліни загальноуніверситетського переліку 2	3	Залік
ВК 3	Дисципліна загальної підготовки 1	3	Залік
ВК 4	Дисципліна загальної підготовки 2	3	Залік
ВК 5	Дисципліна загальної підготовки 3	3	Залік
РАЗОМ:		15	
Вибіркові компоненти професійної підготовки ОП			
ВК 6	Дисципліна професійної підготовки 4	3	Залік
ВК 7	Дисципліна професійної підготовки 5	3	Залік
ВК 8	Дисципліна професійної підготовки 6	3	Залік
ВК 9	Дисципліна професійної підготовки 7	3	Залік
ВК 10	Дисципліна професійної підготовки 8	3	Залік
ВК 11	Дисципліна професійної підготовки 9	3	Залік
ВК 12	Дисципліна професійної підготовки 10	3	Залік
ВК 13	Дисципліна професійної підготовки 11	3	Залік
ВК 14	Дисципліна професійної підготовки 12	3	Залік
ВК 15	Дисципліна професійної підготовки 13	3	Залік
ВК 16	Дисципліна професійної підготовки 14	3	Залік
ВК 17	Дисципліна професійної підготовки 15	3	Залік
ВК 18	Дисципліна професійної підготовки 16	3	Залік
ВК 19	Дисципліна професійної підготовки 17	3	Залік
ВК 20	Дисципліна професійної підготовки 18	3	Залік
РАЗОМ:		45	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ВИБІРКОВИХ КОМПОНЕНТ		60	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	

*Примітка: Перелік вибірових освітніх компонент подано на сайті університету

**2.2 Структурно-логічна схема вивчення компонент освітньої програми
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075
«Маркетинг» освітня програма «Маркетинг»**



3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг проводиться у формі атестаційного екзамену. Атестаційний екзамен – це підсумковий контроль результатів навчання здобувача вищої освіти, які він повинен продемонструвати для підтвердження набуття ним компетентностей, визначених стандартом вищої освіти та освітньою програмою. Метою атестаційного екзамену є: перевірка теоретичної, компетентнісної та практичної підготовки здобувачів вищої освіти; демонстрація знань за спеціальністю, навичок практичного застосування теоретичних знань, отриманих за час навчання через систематизацію й аналіз цих знань; демонстрація здатності методичного і практичного вирішення поставлених перед здобувачем конкретних завдань.

Атестація завершується видачею документів встановленого зразка про присудження освітнього ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: Бакалавр маркетингу.

4. НАЯВНІСТЬ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ У Львівському національному університеті природокористування функціонує система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, основні положення якої відображено у «Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у ЛНУП» (<https://www.lnup.edu.ua/uk/nav-metviddil/zahalni-polozhennia>).

Вона містить дві складові: - система внутрішнього забезпечення якості освітньої діяльності; - система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Львівському національному університеті природокористування передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- удосконалення планування освітньої діяльності через затвердження, моніторинг і періодичний перегляд освітніх програм;
- щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті Університету, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- посилення кадрового потенціалу університету шляхом забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників;
- оптимізації процедури конкурсного відбору на заміщення посад НПП;
- забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, в тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- забезпечення публічності та прозорості інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових працях науково-педагогічних працівників і здобувачів вищої освіти;
- інших процедур і заходів.

Рівнями система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у ЛНУП є: студентський, викладацький, кафедральний, факультетський, університетський. Постійно діючим колегіальним органом з управління системою внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Львівському національному університеті природокористування є Колегія з моніторингу якості освітньої діяльності та якості вищої освіти при вченій раді університету. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти у Львівському національному університеті природокористування одним із етапів формування цілісної системи як внутрішнього, так і зовнішнього забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти в університеті, формування культури якості.

Розвиток системи передбачає реалізацію:

- цілісної політики забезпечення якості як складової стратегічного управління;
- формування та сповнення освітньої місії університету;
- досягнення студентоцентрованого навчання як спільного творення освітнього результату всіма суб'єктами університету;

- забезпечення умов і підтримки у просуванні академічної кар'єри студентів;
- забезпечення прозорих процедур набору і розвитку викладацького складу;
- забезпечення публічності інформації про освітню діяльність та вищу освіту в університеті, рівень їх якості, освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- створення і сертифікацію системи управління якістю за стандартом ISO 9001.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ЗК15	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1. ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ																														
1.1. Цикл загальної підготовки																														
ОК 1	+	+												+																
ОК 2	+	+	+	+										+		+														
ОК 3		+		+	+		+				+		+	+	+									+			+	+		
ОК 4	+	+			+		+							+	+															
ОК 5			+	+		+		+															+			+	+			
ОК 6			+	+			+	+										+												
ОК 7			+	+		+	+	+	+							+			+							+	+	+		
ОК 8			+	+			+	+										+			+	+				+	+			
ОК 9	+	+	+	+										+		+	+					+	+							
ОК 10		+			+									+																
ОК 11				+						+	+		+															+		
ОК 12			+	+	+		+	+					+										+			+				
1.2 Цикл професійної підготовки																														
ОК 13			+	+	+	+	+	+	+				+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
ОК 14			+	+		+	+	+	+									+		+	+	+			+	+	+	+	+	+
ОК 15			+	+		+	+	+			+		+			+			+	+	+			+		+	+	+	+	+
ОК 16			+	+		+	+	+					+			+	+			+	+			+	+		+			
ОК 17			+	+		+	+	+	+				+			+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
ОК 18			+	+	+	+	+				+		+			+		+	+	+	+	+	+	+		+		+	+	+
ОК 19					+		+	+	+		+											+	+					+		
ОК 20			+			+	+	+			+						+	+		+	+	+				+	+			
ОК 21			+		+	+	+	+				+	+			+	+	+		+	+		+	+		+	+	+	+	
ОК 22	+		+		+	+	+	+						+					+	+	+			+		+	+	+	+	+
ОК 23			+	+	+	+	+	+			+		+	+		+		+	+	+	+		+		+	+	+	+	+	+

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
OK 24		+				+	+	+				+	+					+	+	+	+	+		+		+	+		+
OK 25			+			+	+	+				+					+	+	+	+		+	+			+	+	+	+
OK 26		+	+			+	+	+				+	+			+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+
OK 27			+		+	+	+	+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
OK 28			+	+	+		+	+					+										+			+	+		
OK 29			+	+	+	+	+	+	+					+		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+
OK 30				+	+	+	+				+					+	+		+	+		+					+		+
OK 31			+	+		+		+							+	+	+	+	+		+						+		+
OK 32			+			+	+	+						+		+	+	+		+	+	+					+	+	
OK 33			+			+	+	+	+		+					+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+		
OK 34			+	+	+	+	+	+			+	+	+			+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+
OK 35			+			+	+	+				+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+	+		+

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

	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
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	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+

Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (за 6-м рівнем, бакалаврським)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання Зн1 Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень Зн2 Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння Ум1 Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація К1 Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності К2 Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність АВ1 Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах АВ2 Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб АВ3 Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
Загальні компетентності - 14				
ЗК1				АВ2
ЗК2				АВ2
ЗК3		УМ1	К1	
ЗК4	ЗН1	УМ1		
ЗК5			К2	АВ1
ЗК6	ЗН2			
ЗК7	ЗН1	УМ1		АВ1
ЗК8		УМ1		
ЗК9		УМ1		
ЗК10			К1	
ЗК11			К2	АВ1
ЗК12			К2	
ЗК13	ЗН2	УМ1		
ЗК14		УМ1	К2	АВ2
ЗК15				
Спеціальні (фахові) компетентності - 14				
СК1	ЗН1		К1	
СК2	ЗН2	УМ1	К1	

CK3		YM1	K1	
CK4	3H2		K1	AB2
CK5	3H2	YM1		
CK6	3H2	YM1	K1	
CK7	3H2	YM1	K1	
CK8	3H2	YM1	K1	AB1
CK9	3H1		K1	
CK10	3H1	YM1		
CK11	3H2	YM1	K1	
CK12		YM1	K2	AB1
CK13		YM1	K1	AB1
CK14		YM1	K1	AB1

Матриця відповідності визначених Стандартом результатів навчання та компетентностей

ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	Компетентності																														
	Інтегральна компетентність	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові) компетентності															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	+					+									+	+													+		
2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.	+			+		+	+	+	+								+											+			+
3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання	+						+						+					+						+	+						

17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.	+																														
18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.	+	+	+																												