

**ВІДОМОСТІ**  
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	<b>Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького</b>
Освітня програма	<b>20865 Маркетинг</b>
Рівень вищої освіти	<b>Магістр</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>

Відомості про самооцінювання є частиною акредитаційної справи, поданої до Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти для акредитації зазначеної вище освітньої програми. Відповідальність за підготовку і зміст відомостей несе заклад вищої освіти, який подає програму на акредитацію.

Детальніше про мету і порядок проведення акредитації можна дізнатися на вебсайті Національного агентства – <https://naqa.gov.ua/>

*Використані скорочення:*

<b>ID</b>	ідентифікатор
<b>ВСП</b>	відокремлений структурний підрозділ
<b>ЄДЕБО</b>	Єдина державна електронна база з питань освіти
<b>ЄКТС</b>	Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система
<b>ЗВО</b>	заклад вищої освіти
<b>ОП</b>	освітня програма

## Загальні відомості

### 1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	<b>126</b>
Повна назва ЗВО	<b>Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького</b>
Ідентифікаційний код ЗВО	<b>00492990</b>
ПІБ керівника ЗВО	<b>Стибель Володимир Володимирович</b>
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	<b><a href="http://lvet.edu.ua">http://lvet.edu.ua</a></b>

### 2. Посилання на інформацію про ЗВО (ВСП ЗВО) у Реєстрі суб'єктів освітньої діяльності ЄДЕБО

<https://registry.edbo.gov.ua/university/126>

### 3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	<b>20865</b>
Назва ОП	<b>Маркетинг</b>
Галузь знань	<b>07 Управління та адміністрування</b>
Спеціальність	<b>075 Маркетинг</b>
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	<b>Магістр</b>
Тип освітньої програми	<b>Освітньо-професійна</b>
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	<b>Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)</b>
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	<b>Кафедра маркетингу</b>
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	<b>Кафедра менеджменту; кафедра економіки підприємства, інновацій та дорадництва в АПК імені Івана Поповича; кафедра української та іноземних мов імені Якіма Яреми</b>
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	<b>Вул. Пекарська, 50, м. Львів, 79010</b>
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	<b>Українська</b>
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	<b>255636</b>
ПІБ гаранта ОП	<b>Поперечний Степан Іванович</b>
Посада гаранта ОП	<b>Завідувач кафедри маркетингу</b>
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	<b><a href="mailto:marketing@lvet.edu.ua">marketing@lvet.edu.ua</a></b>
Контактний телефон гаранта ОП	<b>+38(067)-253-32-67</b>
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	1 р. 4 міс.
очна денна	1 р. 4 міс.

#### 4. Загальні відомості про ОП, історію її розроблення та впровадження

Історія викладання дисциплін і підготовки фахівців з маркетингу в університеті розпочинається з 1990 року. Передумовою цього були трансформація економіки України з командно-адміністративної на ринкову, широке вивчення проблем становлення ринкових відносин, актуалізація ідей і посилення практичної значимості маркетингу. Уже тоді було розроблено необхідні матеріали і за погодженням з Мінагропром СРСР, у підпорядкуванні якого перебував в університеті, у 1990 році розпочато підготовку аграрних маркетологів. Доцільність підготовки таких фахівців підтвердилась розвитком подій у наступні роки, коли здійснювалась приватизація землі і майна, приймалися відповідні законодавчі і нормативні акти, направлені на здійснення ринкових реформ в аграрному секторі економіки.

У першій половині 90-х років здійснювався підбір викладачів, створювались нові навчальні курси, формувалось методичне забезпечення дисциплін. Паралельно з цим відбувався процес самонавчання викладачів, отримання ними нових знань, опанування сучасних ринкових наук.

В 1995 році за результатами ліцензування розпочато підготовку фахівців за спеціальністю 7.050206 - «Маркетинг у виробничій сфері». Після першого набору студентів на вказану спеціальність значно збільшився обсяг навчальних дисциплін, що у свою чергу призвело до змін у кадровому складі. Для впорядкування методичної роботи і посилення наукових досліджень наказом ректора університету у жовтні 1996 року створено кафедра маркетингу. З моменту створення кафедри тут працювали кваліфіковані досвідчені працівники, серед яких 2 професори, 3 доценти, 1 старший викладач із загальної чисельності 6 осіб.

Через зміни у переліку напрямів підготовки та спеціальностей, внесені Постановою КМУ від 24.05.1997 р. № 507 подальша підготовка фахівців здійснювалась за напрямом підготовки (спеціальністю) «Маркетинг». Підготовку фахівців за спеціальністю «Маркетинг» зі ступенем вищої освіти магістр ліцензовано у 2004 році.

Тривалий час університет був єдиним в Україні вищим навчальним закладом, де здійснювалась підготовка фахівців з аграрного маркетингу. За цей період тут сформовано належний кадровий склад. З проблем аграрного маркетингу виконувались дисертаційні роботи усіх аспірантів та здобувачів випускової кафедри починаючи з 1991 року.

За останні 10 років на замовлення Міністерства аграрної політики і продовольства України виконано дві госпрозрахункові теми наукових досліджень з проблем аграрного маркетингу. У 2017 році кафедра маркетингу Міністерством аграрної політики і продовольства України нагороджена золотою медаллю за кращу наукову розробку «Інституційне забезпечення маркетингової діяльності у сфері виробництва та переробки сільськогосподарської продукції».

#### 5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року у розрізі форм здобуття освіти та набір на ОП (кількість здобувачів, зарахованих на навчання у відповідному навчальному році сумарно за усіма формами здобуття освіти)

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року		У тому числі іноземців	
			ОД	З	ОД	З
1 курс	2020 - 2021	12	10	2	0	0
2 курс	2019 - 2020	12	10	2	0	0

Умовні позначення: ОД – очна денна; ОВ – очна вечірня; З – заочна; Дс – дистанційна; М – мережева; Дл – дуальна.

#### 6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	<b>6701 Маркетинг</b>
другий (магістерський) рівень	<b>20865 Маркетинг</b>
третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	програми відсутні

#### 7. Інформація про площі приміщень ЗВО станом на момент подання відомостей про самооцінювання, кв. м.

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	49459	18226
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	49459	18226
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	909	84

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

- щодо ОП, яка реалізується у базовому ЗВО – без урахування приміщень ВСП;
- щодо ОП, яка реалізується у ВСП – лише щодо приміщень даного ВСП.

## 8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>Освітня програма Маркетинг магістерський 2019.pdf</i>	HTAgyDj+9Dq8ACEoYnoZQKSZlZtzKHgVm+SuozUbVY8=
Освітня програма	<i>Освітня програма Маркетинг магістерський 2020.pdf</i>	x3Px3Gf8RpeMRtomIonMva31loyoW97un9esWTmkIYM=
Навчальний план за ОП	<i>Навч план магістерський ОП Маркетинг 2019.pdf</i>	qwYzQaKoZZ5t2hd88DuHNxFOBzRdt6r4xZxeGuffStU=
Навчальний план за ОП	<i>Навчальний план магістерський ОП Маркетинг 2020.pdf</i>	LBVKn1gSLfok+UpoISSdWE8lGJV6oezOSJnk/QTrbw=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Асоціація фермерів Кардаш 2019.pdf</i>	oTH+DoDgutkDL1oAeZCWT2ryeqqHZIFgV7eby4Zm9Q=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>ДГ Миклашів Савка 2019.pdf</i>	4/dISD7WJBJbXfYdn2CxnR/gXoje2U/IAFJm/iPXhs4=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Західноукраїнська агропромислова біржа Вуйцик 2019.pdf</i>	vSyrllSG7xfA4T91ObmjZVJAxkpE3BOghrCZ2DuTzSU=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>ТОВ КОМО Урбан 2019.pdf</i>	z+sgDhOUPos8d1oVRLetnVEq1MMFylau7Xm2K6kCmII=
Рецензії та відгуки роботодавців	<i>Відгуки стейкхолдерів на ОП Маркетинг упроваджену в 2020 році.pdf</i>	Dblf06Xbhm+ZviyDI7ZZUVgRkL5FsJWMsgNRgZ7HN6c=

### 1. Проектування та цілі освітньої програми

#### Якими є цілі ОП? У чому полягають особливості (унікальність) цієї програми?

Освітня програма розроблена з урахуванням набутого досвіду підготовки фахівців для підприємств, що займаються виробництвом продукції сільського господарства, її переробкою та дистрибуцією; неналежного рівня сформованості інфраструктури аграрного ринку; високої волатильності ринкового середовища. Метою освітньої програми є 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, здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Програма передбачає обов'язкове проходження дослідницько-аналітичної практики на сільськогосподарських або переробних підприємствах чи організаціях, що відносяться до фізичних елементів інфраструктури аграрного ринку.

#### Продемонструйте, із посиланням на конкретні документи ЗВО, що цілі ОП відповідають місії та стратегії ЗВО

Цілі освітньої програми відповідають ключовим компонентам функціонування та розвитку Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Ґжицького. Відповідно до статуту університету (<https://lvet.edu.ua/images/doc/templates/Universitet/NormativniDocument/statut2017.pdf>) основною метою його діяльності є підготовка висококваліфікованих фахівців для органів державної влади та місцевого самоврядування, державних установ, підприємств та організацій України різних форм власності і проведення наукових досліджень. Освітня діяльність в університеті базується на принципах багатопрофільності; задоволення освітніх потреб студентів відповідно до їх інтересів, здібностей та потреб суспільства; використання державних стандартів вищої освіти як обов'язкового мінімуму змісту освіти; відповідності рівня освіти та освітньо-

кваліфікаційного рівня підготовки випускників вимогам ринку праці; випереджувального інноваційного розвитку освіти; мобільності підготовки фахівців; інтеграції до європейського та світового освітніх просторів; формування національних і загальнолюдських цінностей; моніторингу якості освіти. Місія університету – посилення конкурентоспроможності випускників на ринку праці в умовах активізації міжнародних інтеграційних процесів через забезпечення якісної освіти та готовності до інновацій.

**Опишіть, яким чином інтереси та пропозиції таких груп заінтересованих сторін (стейкхолдерів) були враховані під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП:  
- здобувачі вищої освіти та випускники програми**

Студенти залучаються до формування змісту освітньої програми. Студентка Лютко О.В. є членом навчально-методичної комісії спеціальності 075 – «Маркетинг», учасники якої здійснюють розробку освітніх програм. Розроблені проекти освітніх програм оприлюднюються на сайті університету ([https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna\\_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82\\_%D0%9E%D0%9F\\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3\\_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82_%D0%9E%D0%9F_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf)). Для урахування пропозицій здобувачів вищої освіти та випускників здійснюється їх опитування з використанням розробленої для цього анкети (<https://lvet.edu.ua/index.php/ndskvnd.html>). Більшість запитань у анкеті є відкритими, що забезпечує отримання інформації, про яку розробники ОП не здогадувались. Найбільше пропозицій на другому (магістерському) рівні надходить від тих здобувачів вищої освіти, які зорієнтовані щодо місця майбутнього працевлаштування. Такі пропозиції стосуються цілей і програмних результатів навчання, що відображають особливості господарської діяльності підприємства – майбутнього місця працевлаштування випускника. У 2020 році враховано пропозиції щодо володіння іноземною мовою, розробки здійснення життєздатних підприємницьких проектів (включаючи власні підприємницькі проекти). Для досягнення цих результатів до освітньої програми включено дисципліни «Соціально-економічна англійська лексика» та «Управління проектами», а також збільшено кількість дисциплін вільного вибору.

**- роботодавці**

Для удосконалення освітніх програм, а також здійснення, апробації і впровадження результатів наукових досліджень випускова кафедра підтримує зв'язки з різними за власністю, розмірами та організаційними формами суб'єктами господарювання. Створено філії кафедри на оптовому ринку сільськогосподарської продукції «Шувар» (м. Львів), у ТДВ «Жидачівський сирзавод». Радник директора оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шувар» Стефанишин І. М. є членом навчально-методичної комісії спеціальності 075 – «Маркетинг». Роботодавці запрошуються на засідання навчально-методичної комісії спеціальності «Маркетинг» для обговорення проектів ОП (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/02/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%20%E2%84%96%201%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%2012%20%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BE%202019%20%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83.pdf>), надсилають відгуки на проекти ОП (<https://lvet.edu.ua/index.php/retsensii-ta-vidhuky-steikholderiv-na-osvitni-prohramy.html>). Найбільше пропозицій надходить від роботодавців, якими є успішні випускники університету за спеціальністю «Маркетинг».

**- академічна спільнота**

В університеті регулярно проводяться наукові та науково-практичні конференції, одна з секцій яких, як правило, присвячується розгляду проблем удосконалення освітньої діяльності та підготовки фахівців. Зміст доповідей та їх обговорення беруться до уваги для розробки освітніх програм. Щорічно усі науково-педагогічні працівники пропонують дисципліни для включення до каталогу вибіркових дисциплін, ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh\\_vybirkovykh\\_dytskyplin\\_marketing\\_mahistr\\_2019.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh_vybirkovykh_dytskyplin_marketing_mahistr_2019.pdf)). Це створює належні передумови для пропонування та викладання навчального матеріалу, що відображає напрями наукових досліджень працівників університету.

**- інші стейкхолдери**

Освітню програму розроблено з урахуванням глобалізаційних процесів, інтеграції університету в світове освітнє середовище. Укладено угоду про спільну українсько-польську підготовку здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», якою передбачено навчання на другому і третьому курсах в Університеті інформатики і прикладних знань (м. Лодзь, Польща) та першому і четвертому курсах – у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. У даний час здійснюється підготовча робота щодо організації і здійснення такої спільної підготовки за другим (магістерським) рівнем.

**Продемонструйте, яким чином цілі та програмні результати навчання ОП відбивають тенденції розвитку спеціальності та ринку праці**

Закономірний процес відмирання застарілих спеціальностей не зачіпає спеціальності «Маркетинг», популярність якої зростає. Майже у всіх переробних і багатых, переважно великих, сільськогосподарських підприємствах створено служби маркетингу. Такі служби часто створювались незначним реформуванням відділів збуту із збереженням існуючих працівників. Аналіз практики функціонування таких підрозділів показав, що через відсутність фахівців-професіоналів ці функціональні підрозділи залишаються іноземними структурами, працюють ізольовано від інших підрозділів або виконують звичайні оперативні функції, далекі від справжньої маркетингової

діяльності. Маркетинг – це філософія діяльності всього підприємства як єдиного взаємопов'язаного організму. Маркетингові функції повинні пронизувати всі функціональні підрозділи. Тільки за умови належного забезпечення висококваліфікованими фахівцями з маркетингу і такої постановки питання маркетингова діяльність може дати плідні результати. З урахуванням цього до освітньої програми включено обов'язкову дисципліну «Маркетинг відносин».

### **Продемонструйте, яким чином під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП було враховано галузевий та регіональний контекст**

Системні перетворення у сільському господарстві на засадах приватної власності та ринкових відносин проголошено давно. Все ж до цього часу тут не сформовано належне ринкове середовище. Існують гострі проблеми з пошуком прийнятних каналів розподілу. Не здійснюється ринкове генерування цін. Через це ціни волатильні. Адаптуватись до таких цін можна лише на основі постійного дослідження ринку, прогнозування тенденцій його розвитку. Це є необхідною передумовою для реалізації тих напрямів діяльності, де підприємство має шанси на успіх. Тому зміст освітньої програми доповнено обов'язковою дисципліною «Методологія прикладних досліджень у маркетингу».

### **Продемонструйте, яким чином під час формулювання цілей та програмних результатів навчання ОП було враховано досвід аналогічних вітчизняних та іноземних програм**

Кафедра маркетингу підтримує тісні відносини з кафедрою маркетингу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, кафедрою маркетингу та логістики Національного університету «Львівська політехніка», кафедрою маркетингу Львівського торговельно-економічного університету. Участь працівників кафедри маркетингу Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького у роботі наукових конференцій, що проводились цими кафедрами та їх стажування на цих кафедрах створили необхідні передумови для урахування досвіду розробки освітніх програм, забезпечення принципу мобільності для здобувачів вищої освіти. У даний час здійснюється робота щодо формування змісту освітньої програми з урахуванням досвіду розробки освітніх програм в Університеті інформатики і прикладних знань (м. Лодзь, Польща).

### **Продемонструйте, яким чином ОП дозволяє досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти**

Зміст підготовки здобувачів вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» повністю охоплює результати навчання, визначені затвердженням наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 Стандартом вищої освіти для другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 – «Маркетинг». Після набуття чинності даного стандарту у серпні 2019 року освітню програму було переглянуто і затверджено в установленому порядку. Визначені стандартом результати навчання досягаються сформованим переліком обов'язкових компонент, змістом кожної компоненти з урахуванням необхідності забезпечення визначених результатів навчання. У робочих програмах обов'язкових навчальних дисциплін визначено результати навчання, які повинні бути забезпечені вивченням окремих тем.

### **Якщо стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній, поясніть, яким чином визначені ОП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня?**

Відповідний стандарт затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960 «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти». Даним наказом стандарт введено в дію з 2019/2020 навчального року.

## **2. Структура та зміст освітньої програми**

### **Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?**

90

### **Яким є обсяг освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС), спрямованих на формування компетентностей, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності)?**

62

### **Який обсяг (у кредитах ЄКТС) відводиться на дисципліни за вибором здобувачів вищої освіти?**

28

### **Продемонструйте, що зміст ОП відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності**

## **(спеціальностям, якщо освітня програма є міждисциплінарною)?**

Зміст ОП відповідає визначеним стандартам вищої освіти об'єкту вивчення; цілям навчання; теоретичному змісту предметної області; методам, методикам та технологіям; інструментам та обладнанню. Об'єкт вивчення: 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 і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. З урахуванням цього визначено і включено до ОП обов'язкові для студентів компоненти, що забезпечують формування результатів навчання та компетентностей. У Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького реалізується лише одна освітня програма підготовки фахівців за спеціальністю «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні. Об'єднання даної програми з іншими програмами призведе до звуження сфери вивчення маркетингу як предметної області, неналежного формування необхідних спеціальних компетентностей та послаблення конкурентних переваг випускника на ринку праці.

## **Яким чином здобувачам вищої освіти забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії?**

Індивідуальна освітня траєкторія здобувачам вищої освіти у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького забезпечується через:

- вільний вибір дисциплін, частка яких у загальній кількості кредитів ЄКТС, складає 31%;
- індивідуальний вибір тем курсових робіт;
- вибір баз практики, як з тих, що пропонує університет, так і з тих, які пропонують здобувачі, і з якими, з урахуванням цих пропозицій, укладаються відповідні угоди;
- вибір тем кваліфікаційних робіт.

Індивідуальна траєкторія переважно визначається напрямом наукових досліджень студента, орієнтацією на майбутнє місце роботи.

Документування індивідуальної освітньої траєкторії здійснюється у індивідуальному навчальному плані студента, який включає всі обов'язкові навчальні дисципліни та обрані студентом дисципліни вільного вибору, перелік і послідовність вивчення навчальних дисциплін і проходження практик, обсяг навчального навантаження за всіма видами навчальної діяльності, види підсумкового семестрового контролю. Індивідуальний навчальний план формується особисто кожним здобувачем вищої освіти та затверджується деканом факультету.

## **Яким чином здобувачі вищої освіти можуть реалізувати своє право на вибір навчальних дисциплін?**

Для реалізації здобувачами вищої освіти права і можливостей на вибір навчальних дисциплін в університеті розроблено і затверджено Положення про порядок реалізації здобувачами вищої освіти права на вільний вибір навчальних дисциплін у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького

([https://vet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE\\_%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA\\_%D1%80%D0%B5%D0%Bo%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%Bo%D1%86%D1%96%D1%97\\_%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%Bo%D1%87%D0%Bo%D0%BC%D0%B8\\_%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97\\_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8\\_%D0%BF%D1%80%D0%Bo%D0%B2%D0%Bo\\_%D0%BD%D0%Bo\\_%D0%B2%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9\\_%D0%B2%D0%B8%D0%B1%D1%96%D1%80\\_%D0%BD%D0%Bo%D0%B2%D1%87%D0%Bo%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%85\\_%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD.pdf](https://vet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA_%D1%80%D0%B5%D0%Bo%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%Bo%D1%86%D1%96%D1%97_%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%Bo%D1%87%D0%Bo%D0%BC%D0%B8_%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%Bo%D0%B2%D0%Bo_%D0%BD%D0%Bo_%D0%B2%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%B2%D0%B8%D0%B1%D1%96%D1%80_%D0%BD%D0%Bo%D0%B2%D1%87%D0%Bo%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD.pdf)). Обсяг дисциплін вільного вибору складає 31 % від загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для даного рівня вищої освіти. Щорічно розробляється та оприлюднюється каталог вибіркового вибору дисциплін з відповідними анотаціями. В анотації вказується мета, завдання, короткий зміст дисципліни, форма контролю. До переліку вибіркового вибору дисциплін включаються дисципліни, які пройшли обговорення і були рекомендовані кафедрами, методичною комісією спеціальності, навчально-методичною радою факультету. Критеріями включення дисципліни до каталогу є належне кадрове та навчально-методичне забезпечення. Каталог вибіркового вибору дисциплін розміщено на веб-сайті університету

([https://vet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh\\_vybirkovykh\\_dystryplin\\_marketing\\_mahistr\\_2019.pdf](https://vet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh_vybirkovykh_dystryplin_marketing_mahistr_2019.pdf)). Крім того здобувач вищої освіти може обрати будь яку вибірку дисципліну, що викладається в університеті у відповідному семестрі для студентів, що здобувають вищу освіту за будь якою ОП будь якого рівня вищої освіти. Здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти за ОП «Маркетинг» можуть вивчати дисципліни вільного вибору починаючи з другого семестру. З 2020 року для усіх вибіркового вибору дисциплін, що викладаються в університеті, передбачено обсяг з кредити ЄКТС та семестровий контроль у формі заліку. Така уніфікація розширює можливості вибору та спрощує організацію навчального процесу.

**Опишіть, яким чином ОП та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності**

Практична підготовка здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем забезпечується системою практичних занять, дослідницько-аналітичною практикою, виконанням кваліфікаційної роботи. Для проходження дослідницько-аналітичної практики університетом укладено відповідні договори з підприємствами та організаціями, які постійно оновлюються ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Pidpryyemstva\\_i\\_orhanizatsiyi.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Pidpryyemstva_i_orhanizatsiyi.pdf)). Зміст дослідницько-аналітичної практики визначається передбаченими освітньо-професійною програмою результатами навчання та необхідністю набуття відповідних компетентностей ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/14/Robocha\\_prohrama\\_praktyky\\_mahistr.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/14/Robocha_prohrama_praktyky_mahistr.pdf)).

### **Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання, які відповідають цілям та результатам навчання ОП результатам навчання ОП**

Набуття соціальних навичок передбачено визначеними у ОП компетентностями та результатами навчання. Дисципліна «Соціальна відповідальність» забезпечує набуття навичок використання сучасних підходів до взаємодії держави, бізнесу, найманих працівників підприємств, територіальних громад для сталого розвитку підприємства та суспільства загалом. Вивченням дисципліни «Маркетинг відносин» забезпечується набуття умінь формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. Дисципліна «Маркетинговий менеджмент» забезпечує такі соціальні навички як лідерство, здатність брати на себе відповідальність, працювати в критичних умовах, залагоджувати конфлікти, працювати в команді. Соціальні навички здобувачів вищої освіти щодо загальних принципів, норм і правил поведінки набуваються завдяки Кодексу корпоративної культури учасників освітнього процесу у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/2/%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%20%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%96%D0%B2%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83.pdf>).

### **Яким чином зміст ОП урахує вимоги відповідного професійного стандарту?**

Професійна кваліфікація не надається

### **Який підхід використовує ЗВО для співвіднесення обсягу окремих освітніх компонентів ОП (у кредитах ЄКТС) із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти (включно із самостійною роботою)?**

Реальний обсяг навантаження здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем впродовж семестру складає 30 кредитів. Максимальна кількість контактних годин на один кредит не перевищує 10 годин. Якщо формою підсумкового контролю з дисципліни є екзамен, то на його підготовку та проходження виділяється один кредит. Максимальне тижневе аудиторне навантаження не перевищує 18 годин. Навчальним планом передбачено за весь період навчання 630 год. аудиторних занять, з яких 248 год. – лекційні заняття і 382 год. – практичні заняття. Обсяги самостійної роботи здобувача вищої освіти складають 1710 год. ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/08/13/marketing/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9\\_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD\\_%D0%B4%D0%BB%D1%8F\\_%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%8F\\_%D0%B2%D0%B8%D1%89%D1%97\\_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8\\_%D0%B7%D0%B0\\_%D0%9E%D0%9F\\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3\\_%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF\\_2019\\_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/08/13/marketing/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD_%D0%B4%D0%BB%D1%8F_%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%8F_%D0%B2%D0%B8%D1%89%D1%97_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8_%D0%B7%D0%B0_%D0%9E%D0%9F_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%B2%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF_2019_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83.pdf)).

### **Якщо за ОП здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти, продемонструйте, яким чином структура освітньої програми та навчальний план зумовлюються завданнями та особливостями цієї форми здобуття освіти**

ОП не передбачає дуальної форми освіти.

## **3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання**

### **Наведіть посилання на веб-сторінку, яка містить інформацію про правила прийому на навчання та вимоги до вступників ОП**

<https://lvet.edu.ua/images/step/2019/12/30/pravyyla%202020%20NEW.pdf>

### **Поясніть, як правила прийому на навчання та вимоги до вступників ураховують особливості ОП?**

Прийом на навчання здійснюється за результатами єдиного вступного іспиту з іноземної мови (англійська, німецька, французька або іспанська) у формі зовнішнього незалежного оцінювання та фахового вступного іспиту.



Програми фахового вступного випробування оприлюднюються на веб-сторінці приймальної комісії університету (<https://lvet.edu.ua/index.php/abituriientu/prohramy-dlia-vstupu.html>) .

**Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?**

Визнання результатів навчання, отриманих в інших ЗВО регулюється Положенням про порядок перезарахування (зарахування) навчальних дисциплін чи інших компонентів навчального плану у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Його доступність для учасників освітнього процесу забезпечується розміщенням на веб-сайті університету ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE\\_%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA\\_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F\\_%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F\\_%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B2%D0%B8%D1%85\\_%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD\\_%D1%87%D0%B8\\_%D1%96%D0%BD%D1%88%D0%B8%D1%85\\_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2\\_%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%83.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA_%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B2%D0%B8%D1%85_%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%86%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D1%96%D0%BD_%D1%87%D0%B8_%D1%96%D0%BD%D1%88%D0%B8%D1%85_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2_%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D1%83.pdf)).

**Опишіть на конкретних прикладах практику застосування вказаних правил на відповідній ОП (якщо такі були)?**

На даній ОП практика застосування вказаних правил відсутня.

**Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?**

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті. Його доступність для учасників освітнього процесу забезпечується розміщенням на веб-сайті університету ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF\\_%D0%9F%D0%A0%D0%9E\\_%D0%9F%D0%9E%D0%A0%D0%AF%D0%94%D0%9E%D0%9A\\_%D0%92%D0%98%D0%97%D0%9D%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF\\_%D0%A0%D0%95%D0%97%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%90%D0%A2%D0%86%D0%92\\_%D0%9D%D0%90%D0%92%D0%A7%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF\\_%D0%9E%D0%A2%D0%A0%D0%98%D0%9C%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%A5\\_%D0%A3\\_%D0%9D%D0%95%D0%A4%D0%9E%D0%A0%D0%9C%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%86%D0%99\\_%D0%9D%D0%90%D0%92%D0%A7%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF\\_%D0%A2%D0%90%D0%90%D0%91%D0%9E\\_%D0%86%D0%9D%D0%A4%D0%9E%D0%A0%D0%9C%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%86%D0%99\\_%D0%9E%D0%A1%D0%92%D0%86%D0%A2%D0%86\\_.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF_%D0%9F%D0%A0%D0%9E_%D0%9F%D0%9E%D0%A0%D0%AF%D0%94%D0%9E%D0%9A_%D0%92%D0%98%D0%97%D0%9D%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF_%D0%A0%D0%95%D0%97%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%90%D0%A2%D0%86%D0%92_%D0%9D%D0%90%D0%92%D0%A7%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF_%D0%9E%D0%A2%D0%A0%D0%98%D0%9C%D0%90%D0%9D%D0%98%D0%A5_%D0%A3_%D0%9D%D0%95%D0%A4%D0%9E%D0%A0%D0%9C%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%86%D0%99_%D0%9D%D0%90%D0%92%D0%A7%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF_%D0%A2%D0%90%D0%90%D0%91%D0%9E_%D0%86%D0%9D%D0%A4%D0%9E%D0%A0%D0%9C%D0%90%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%86%D0%99_%D0%9E%D0%A1%D0%92%D0%86%D0%A2%D0%86_.pdf)).

**Опишіть на конкретних прикладах практику застосування вказаних правил на відповідній ОП (якщо такі були)**

На ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти практика визнання результатів навчання отриманих у неформальній освіті, відсутня.

#### **4. Навчання і викладання за освітньою програмою**

**Продемонструйте, яким чином форми та методи навчання і викладання на ОП сприяють досягненню програмних результатів навчання? Наведіть посилання на відповідні документи**

Підготовка на ОП здійснюється за денною та заочною формами. При цьому з урахуванням особливостей компонент ОП відповідно до Тимчасового положення про організацію освітнього процесу ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove\\_Polozennya\\_2015\\_final.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove_Polozennya_2015_final.pdf)) для досягнення належної результативності навчання використовуються різні методи.

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення, лекція, інструктаж; наочні – демонстрація, ілюстрація; практичні – практична робота, вправи. За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний. За рівнем самостійної пошукової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький. Їх відповідність програмним результатам кожного освітнього компоненту визначається в робочих програмах навчальних дисциплін (<https://lvet.edu.ua/index.php/robochi-prohramy-navchalnykh-dystryplin.html>) та дослідницько-аналітичної практики ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/14/Robocha\\_prohrama\\_praktyky\\_mahistr.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/14/Robocha_prohrama_praktyky_mahistr.pdf)).

**Продемонструйте, яким чином форми і методи навчання і викладання відповідають вимогам**

## **студентоцентрованого підходу? Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання відповідно до результатів опитувань?**

Інтереси студентів щодо вибору методів та форм навчання і викладання враховуються для розробки програмних навчальних матеріалів, організації навчального процесу. Для цього здійснюється постійне анкетування студентів (<https://lvet.edu.ua/index.php/ndskvnd.html>). До анкети включено запитання: «Чи забезпечують методи навчання, які застосовуються, набуття необхідних Вам компетентностей?». Результати анкетування обговорюються на засіданнях навчально-методичної комісії за спеціальністю «Маркетинг». За останні роки з урахуванням результатів анкетування студентів збільшено кількість практичних занять, на яких розглядаються типові ситуації, характерні для майбутньої фахової діяльності випускника (кейс-методи). За результатами опитування випадків використання неприйнятних для здобувачів вищої освіти методів навчання та викладання не виявлено ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/01/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8\\_%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F\\_%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2\\_%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE\\_%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%8F\\_%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97\\_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8\\_%D0%B7%D0%B0\\_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%8E\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%8E\\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/01/%D0%A0%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8_%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B7%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2_%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%8F_%D0%B2%D0%B8%D1%89%D0%BE%D1%97_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8_%D0%B7%D0%B0_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%8E_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%8E_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3.pdf)).

## **Продемонструйте, яким чином забезпечується відповідність методів навчання і викладання на ОП принципам академічної свободи**

Кожен працівник, викладач і студент університету може вільно обирати свою громадянську та наукову позицію, включаючи позицію щодо методів навчання та викладання. Така можливість передбачена Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove\\_Polozennya\\_2015\\_final.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove_Polozennya_2015_final.pdf)). Вона полягає у реалізації особистісного потенціалу людини, наданні сучасної освіти шляхом вільного творчого навчання, самореалізації в освітньо-професійній, науковій діяльності викладачів і студентів. Принцип академічної свободи у прийнятті самостійних рішень учасників освітнього процесу під час провадження педагогічної, науково-педагогічної та наукової діяльності передбачено і проектом нової редакції Положення про організацію освітнього процесу, який у даний час обговорюється ([https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna\\_robota/normativni\\_dokumenty/proekt/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiiu\\_osvitnoho\\_protseesu\\_LNUVMB.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna_robota/normativni_dokumenty/proekt/Polozhennia_pro_orhanizatsiiu_osvitnoho_protseesu_LNUVMB.pdf)). Випадків «неузгодженості» цього права з місією університету та вимогами до організації навчального процесу, обстоювання даної позиції поза університетом не було.

## **Опишіть, яким чином і у які строки учасникам освітнього процесу надається інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів \***

Інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання за окремими освітніми компонентами є доступною усім учасникам освітнього процесу уже на етапі розробки проекту освітньої програми. Проект програми розміщується на веб-сайті університету. ([https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna\\_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82\\_%D0%9E%D0%9F\\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3\\_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82_%D0%9E%D0%9F_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf)). На сайті університету розміщуються, також, чинні освітні програми та робочі програми навчальних компонентів. У робочих програмах освітніх компонентів визначено цілі, зміст, очікувані результати навчання, порядок та критерії оцінювання (<https://lvet.edu.ua/index.php/robochi-prohramy-navchalnykh-dystsyplin.html>). Деталізована інформація щодо цього надається на першому занятті з дисципліни або на встановленій конференції з практики. В анотація дисциплін, включених до каталогу вибіркових, вказується мета, завдання, короткий зміст дисципліни та форма контролю ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh\\_vybirkovykh\\_dystsyplin\\_marketing\\_mahistr\\_2019.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh_vybirkovykh_dystsyplin_marketing_mahistr_2019.pdf)). У даний час зусилля спрямовуються на удосконалення віртуального освітнього середовища.

## **Опишіть, яким чином відбувається поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП**

Навчання у процесі реалізації ОП поєднується з науковою діяльністю. За останні 10 років кафедрою маркетингу на замовлення Міністерства аграрної політики та продовольства України виконано дві госпрозрахункові наукові теми, до виконання яких залучались студенти. На кафедрі маркетингу функціонує студентський науковий гурток, результати досліджень у якому представляються на наукових конференціях, конкурсах студентських наукових робіт, публікуються у наукових виданнях. Студенти університету, що навчаються за освітньою програмою «Маркетинг», займають призові місця за результатами другого етапу конкурсу студентських наукових робіт, що відзначається у відповідних наказах Міністерства освіти і науки України (<https://drive.google.com/file/d/1QEvi3iAtI5zq8bhL5jB-6Q2tV4SDg-1d/view>). У наукових виданнях публікуються статті, співавторами яких є викладачі та студенти. (Копитко О.В., Сенів Р.В., Лаганяк І. М. Вплив інвестиційно-інноваційної діяльності в аграрній сфері АПК на розвиток сільських територій. Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З.Гжицького. Серія: Економічні науки. 2019. Т. 21, № 92, с. 68 -74. Войтович Н. В., Гриновец Н. В., Кыцман И. И. Исследование перспектив внедрение Интернет-торговли в агробизнесе. Экономика и управление. Социальный, экономический и инженерный аспекты: сборник научных

статей I Міжнародної науково-практичної конференції. Брест. 2018. С. 312-315.). На міжнародних конференціях представляються спільні наукові доповіді.

Під час проходження практики на оптовому ринку сільськогосподарської продукції «Шувар» студентів залучають до дослідницьких та впроваджувальних робіт. Щорічно студенти залучаються до дослідження ринку сільськогосподарської продукції, яке проводиться за дорученням Кабінету Міністрів України. З урахуванням того, що маркетинг для вітчизняних підприємств є порівняно новим напрямом діяльності, поєднання освітньої діяльності з науковою роботою забезпечує належне удосконалення змісту навчання, урахування галузевих особливостей аграрного маркетингу.

### **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, яким чином викладачі оновлюють зміст навчальних дисциплін на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі**

Науково-педагогічні працівники, які здійснюють освітню діяльність за ОП, як правило, щорічно оновлюють зміст робочих програм навчальних дисциплін на основі наукових досліджень і новітніх практик маркетингової діяльності у аграрному секторі економіки. У 2019 році за результатами виконання госпрозрахункової науково-дослідної теми на замовлення підприємства оновлено зміст навчального матеріалу з дисципліни «Рекламний менеджмент» щодо розробки і здійснення рекламної кампанії. За результатами наукових досліджень і відповідних наукових публікацій у 2019 році оновлено зміст навчального матеріалу з дисципліни «Логістичний менеджмент» щодо організації дистрибутивних систем на кооперативних засадах. У робочих програмах навчальних дисциплін постійно оновлюється список рекомендованої літератури та інших джерел інформації. Питання щодо змін у програмах дисциплін обговорюються на засіданні кафедри, навчально-методичної комісії спеціальності та навчально-методичної ради факультету. Оновлення змісту навчального матеріалу здійснюється, також, на неформальній основі. Давньою традицією університету є щорічне проведення кожним викладачем відкритого заняття, при цьому кожного разу на іншу тему. Для забезпечення належної громадської думки зміст навчального матеріалу таких занять наповнюється результатами найновіших наукових досліджень.

### **Опишіть, яким чином навчання, викладання та наукові дослідження у межах ОП пов'язані із інтернаціоналізацією діяльності ЗВО**

Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Ґжицького укладено угоду з Університетом інформатики та прикладних знань (Польща, м. Лодзь) щодо спільної українсько-польської підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за ОП «Маркетинг». У даний час здійснюється підготовча робота щодо такої підготовки за другим (магістерським) рівнем за ОП «Маркетинг». В університеті проводяться наукові конференції, у роботі яких беруть участь працівники закордонних вищих закладів освіти. За останні два роки у закордонних навчальних закладах пройшли стажування доценти кафедри маркетингу Войтович Н. В., Сендецька С. В., Бабич Л. В., Дорош-Кізім М. М. Програми міжнародної академічної мобільності на ОП реалізуються, також, завдяки участі в проєкті Erasmus+ .

## **5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність**

### **Опишіть, яким чином форми контрольних заходів у межах навчальних дисциплін ОП дозволяють перевірити досягнення програмних результатів навчання?**

Контрольні заходи охоплюють весь програмний навчальний матеріал ОП. Контроль результатів навчання здобувачів вищої освіти за окремими навчальними компонентами здійснюється у формі поточного, проміжного та підсумкового семестрового контролю. Поточний контроль проводиться на практичних і семінарських заняттях. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів та набутих практичних навичок з окремих тем. Здійснюється усне опитування та тестовий експрес-контроль. За результатами вивчення окремих розділів, як правило, проводиться тематична контрольна робота. Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі екзамену, диференційованого заліку або заліку. На усіх етапах контролю оцінюється як навчальний матеріал, що вивчався на аудиторних заняттях, так і програмний навчальний матеріал, який підлягав самостійному вивченню. Студент допускається до семестрового контролю, якщо він виконав усі контрольні заходи та індивідуальні завдання. Форми контролю та критерії оцінювання передбачені робочими програмами навчальних дисциплін (<https://lvet.edu.ua/index.php/robochi-prohramy-navchalnykh-dystsyplin.html>). Використовуються чіткі критерії оцінювання результатів проходження дослідницько-аналітичної практики ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/14/Robocha\\_prohrama\\_praktyku\\_mahistr.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/14/Robocha_prohrama_praktyku_mahistr.pdf)) та виконання і захисту випускної кваліфікаційної роботи (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/02/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82.pdf>) . Загальні підходи до застосування форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти визначені Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove\\_Polozennya\\_2015\\_final.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove_Polozennya_2015_final.pdf)) .

### **Яким чином забезпечуються чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв**

## **оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти?**

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання навчальних досягнень у значній мірі є універсальними і визначаються Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу. Поточний контроль здійснюється за національною 4-бальною шкалою з чітким визначенням у робочих програмах критеріїв оцінювання. Оцінювання результатів екзаменаційного контролю здійснюється за визначеною і доведеною студентам кількістю балів за кожну правильну відповідь з урахуванням складності завдання. Підсумкове екзаменаційне оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою. При цьому максимально 50 балів студент може отримати за результатами поточного контролю та 50 балів – за результатами складання екзамену. Результати поточного контролю за 4-бальною шкалою переводяться у 50-бальну шкалу. Оцінювання курсової роботи здійснюється за 100-бальною шкалою. Компонентами оцінювання є бали за виконання практичної і теоретичної частини роботи, її оформлення, захист тощо. Збір інформації щодо чіткості і зрозумілості критеріїв оцінювання контрольних заходів відбувається шляхом безпосереднього спілкування зі здобувачами під час занять та анкетування здобувачів вищої освіти (<https://lvet.edu.ua/index.php/ndskvfind.html>). У анкеті передбачено запитання: «Чи чіткі та зрозумілі критерії оцінювання результатів навчання?» За результатами опитування у 2019-2020 навчальному році лише один здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти вказав на недостатню чіткість та зрозумілість критеріїв оцінювання.

## **Яким чином і у які строки інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводяться до здобувачів вищої освіти?**

Інформація про форми контрольних заходів з окремих навчальних компонентів міститься в ОП (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/08/19/%D0%9E%D0%9F%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%2019.pdf>) та анотаціях вибіркового дисциплін ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh\\_vybirkovykh\\_dystryplin\\_marketing\\_mahistr\\_2019.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Kataloh_vybirkovykh_dystryplin_marketing_mahistr_2019.pdf)), які розміщується на веб-сайті університету. Критерії оцінювання з окремих навчальних компонентів передбачені у робочих програмах (<https://lvet.edu.ua/index.php/robochi-prohramy-navchalnykh-dystryplin.html>), які також розміщуються на веб-сайті університету. Цим забезпечується вільний доступ до даної інформації здобувачів вищої освіти. На першому занятті з кожної навчальної дисципліни викладачі доводять до здобувачів детальну інформацію щодо контрольних заходів у процесі і за результатами її вивчення та критеріїв оцінювання.

## **Яким чином форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності)?**

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у точній відповідності до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України від 10.07.2019 р. № 960. Вона здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Відповідно до стандарту визначені і вимоги до кваліфікаційної роботи, які полягають у розв'язанні складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, передбачають проведення досліджень або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Робота не може містити академічного плагіату, некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Вимоги щодо мети, завдання, наукового керівництва, тематики, змісту, оформлення, розгляду, рецензування, захисту та оцінювання кваліфікаційних робіт своєчасно доводяться здобувачам вищої освіти (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/02/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97%20%D0%B4%D0%BB%D1%8F%20%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D1%85%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82.pdf>).

## **Яким документом ЗВО регулюється процедура проведення контрольних заходів? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?**

Процедура проведення контрольних заходів визначена Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу в Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove\\_Polozennya\\_2015\\_final.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove_Polozennya_2015_final.pdf)) і Положенням про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/ekkom.pdf>). Ці документи оприлюднені на веб-сайті університету та знаходяться у вільному доступі. У даний час обговорюється оприлюднений проєкт нової редакції Положення про організацію освітнього процесу ([https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna\\_robota/normativni\\_dokumenty/proekt/Polozhennia\\_pro\\_orhanizatsiiu\\_osvitnoho\\_protseesu\\_LNUVMB.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna_robota/normativni_dokumenty/proekt/Polozhennia_pro_orhanizatsiiu_osvitnoho_protseesu_LNUVMB.pdf)), який буде упроваджено найближчим часом.

## **Яким чином ці процедури забезпечують об'єктивність екзаменаторів? Якими є процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів? Наведіть приклади застосування відповідних процедур на ОП**

Об'єктивність екзаменаційного контролю забезпечується обов'язковою умовою присутності на екзамені не менше, ніж двох екзаменаторів. Для недопущення суб'єктивізму щодо оцінювання здобувачів вищої освіти через

некоректно сформульовані запитання, екзаменаційні білети розглядаються на засіданні кафедри, підписуються відповідальним за навчальну дисципліну лектором і затверджуються завідувачем кафедри. Об'єктивність атестації здобувачів вищої освіти досягається призначенням голови екзаменаційної комісії з числа науково-педагогічних працівників інших вищих навчальних закладів, наукових установ, які готують фахівців за такою ж спеціальністю, провідних фахівців галузі тощо. Для забезпечення неупередженого відношення НПП до здобувачів вищої освіти під час оцінювання розроблено та затверджено Кодекс корпоративної культури учасників освітнього процесу у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького і Положення про комісію з етики та управління конфліктами (<https://lvet.edu.ua/index.php/yakist-osvity/akademdobroviddiljakosti.html>) . Комісія з етики та управління конфліктами розглядає конфлікти, дає експертну оцінку учасникам конфлікту та пропонує доцільні підходи до відповідальності. Випадків застосування відповідних процедур на ОП не було.

### **Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок повторного проходження контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП**

Повторне проходження студентами контрольних заходів з кожної освітньої компоненти при незадовільній оцінці допускається не більше двох разів: перший раз – викладачу з навчальної дисципліни; другий раз – комісії, створеній деканом факультету. Ліквідація академічної заборгованості проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим графіком, складеним деканатом факультету. Студенти, які отримали оцінку F за шкалою ЄКТС, обов'язково повторно вивчають дисципліну. Для цього розробляється індивідуальний графік повторного вивчення. Процедура повторної атестації визначається Положенням про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/ekkom.pdf>). Студент, який отримав незадовільну оцінку за результатами захисту кваліфікаційної роботи, відраховується з університету. Йому видається академічна довідка встановленого звірця. При цьому екзаменаційна комісія встановлює, чи може студент подати на повторний захист ту ж роботу з доопрацюванням, чи він повинен виконати роботу на нову тему, визначену випусковою кафедрою. Студенти, які не захистили кваліфікаційну роботу у зв'язку з неявкою без поважних причин або за результатами захисту отримали незадовільну оцінку, мають право на повторну атестацію протягом трьох років починаючи з наступного навчального року після відрахування з університету.

### **Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП**

Оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів здійснюється відповідно до розміщеного на веб-сайті університету Положення про процедуру розгляду заяв, скарг, пропозицій студентів Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Для недопущення суб'єктивних підходів у процесі розгляду скарг і апеляцій за результатами проведення контрольних заходів здобувач, який не згідний з результатами оцінювання, подає відповідну заяву на ім'я ректора. Заява реєструється у канцелярії університету. Для розгляду заяви ректором створюється відповідна комісія. Процедура оскарження результатів оцінювання захисту кваліфікаційних робіт регламентується Положенням про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/ekkom.pdf>) . Випускник може в день захисту кваліфікаційної роботи на ім'я ректора або першого проректора подати апеляційну скаргу. Для її розгляду створюється апеляційна комісія. Апеляційна скарга розглядається протягом трьох календарних днів після її подачі. У випадку встановлення комісією порушення процедури проведення атестації, яке вплинуло на результати оцінювання, комісія пропонує ректору університету скасувати відповідне рішення екзаменаційної комісії і провести її повторне засідання в присутності представників апеляційної комісії.

### **Які документи ЗВО містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності?**

Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького знайшли відображення у Статуті університету, Тимчасовому положенні про організацію освітнього процесу ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove\\_Polozennya\\_2015\\_final.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove_Polozennya_2015_final.pdf)), Положенні про уповноваженого з питань запобігання та протидії корупції (<https://lvet.edu.ua/images/doc/AntuKorupcijna/pologennya.pdf>), Положенні про забезпечення академічної доброчесності та професійної етики (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/2/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8.pdf>), Положенні про комісію з академічної доброчесності (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/2/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%96%D1%8E%20%D0%B7%20%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96.pdf>).

## **Які технологічні рішення використовуються на ОП як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності?**

Виявлення фактів порушення академічної доброчесності здобувачами вищої освіти здійснюється, передусім, викладачами (в межах дисциплін, які вони викладають), керівниками кваліфікаційних робіт, а також Комісією університету з академічної доброчесності.

Для запобігання плагіату в університеті використовується Інтернет-система StrikePlagiarism.com. Процедури перевірки кваліфікаційних робіт на плагіат передбачені у розміщених на веб-сайті кафедри маркетингу Методичних рекомендаціях щодо підготовки та захисту кваліфікаційної роботи. До захисту приймається кваліфікаційна робота після подання здобувачем вищої освіти заяви про її оригінальність, у якій підтверджується відповідність електронної версії роботи з друкованою, дається згода на перевірку роботи щодо виявлення академічного плагіату, її архівування в бази даних антиплагіатної Інтернет-системи StrikePlagiarism.com, оприлюднення та зберігання роботи в репозитарії академічних текстів. До захисту допускається робота лише після підтвердження її оригінальності. Процедури перевірки кваліфікаційних робіт на плагіат деталізовані у проекті Положення про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/17/polozhennya\\_pro\\_systemu\\_zapobihannya\\_akademichnomu\\_plahiatu.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/09/17/polozhennya_pro_systemu_zapobihannya_akademichnomu_plahiatu.pdf)), яке найближчим часом набуде чинності.

## **Яким чином ЗВО популяризує академічну доброчесність серед здобувачів вищої освіти ОП?**

Академічна доброчесність популяризується проведенням інформаційних кампаній. Проводиться консультування щодо вимог з написання письмових робіт із наголошенням на принципах самостійності, коректного використання інформації з інших джерел та уникання плагіату, а також правил опису джерел та посилань на них. Здобувачам вищої освіти доводяться переваги дотримання доброчесності у навчанні у зв'язку з їх майбутнім працевлаштуванням, набуттям навичок самостійних досліджень та їх інтерпретації, що забезпечує професійне зростання. Принципи, норми і правила поведінки НПП та здобувачів вищої освіти з урахуванням фундаментальних цінностей академічної доброчесності передбачені Кодексом корпоративної культури учасників освітнього процесу (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/2/%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%20%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%96%D0%B2%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83.pdf>).

## **Яким чином ЗВО реагує на порушення академічної доброчесності? Наведіть приклади відповідних ситуацій щодо здобувачів вищої освіти відповідної ОП**

Відповідно до Положення про забезпечення академічної доброчесності та професійної етики (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/2/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8.pdf>) через порушення академічної доброчесності признається повторне проходження контрольних заходів. Повторно виконуються розділи кваліфікаційної роботи, у яких виявлено плагіат. Комісія з академічної доброчесності може повідомляти суб'єкта, який здійснює фінансування навчання здобувача вищої освіти про вчинене порушення; позбавляти права брати участь у конкурсах на отримання стипендій, грантів; обмежувати участь порушника в наукових дослідженнях, виключати з окремих наукових проектів; пропонувати ректору відрахувати здобувача вищої освіти з університету.

## **6. Людські ресурси**

### **Яким чином під час конкурсного добору викладачів ОП забезпечується необхідний рівень їх професіоналізму?**

Відповідно до п. 4.2 Положення про порядок заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/step/2019/6/03/zam%20vak%20posad.pdf>) під час конкурсного добору викладачів враховуються такі професійні якості претендентів як наявність і рівень наукового ступеня; вченого звання; кількість і якість наукових праць (монографій, статей, опублікованих у фахових виданнях), підручників, навчальних та методичних посібників; кількість підготовлених науково-педагогічних кадрів; якість занять, що проводяться викладачем; науково-педагогічний, науковий та інший стаж; підвищення кваліфікації чи стажування. Відповідність кандидатів претендентів цим вимогам визначає конкурсна комісія, склад якої затверджується наказом ректора університету. Процедура обрання за конкурсом передбачає попереднє обговорення кандидатури претендента на засіданні кафедри та обов'язкове проведення відкритого заняття і його обговорення на кафедрі з участю представників навчально-методичної комісії та деканату. Цим забезпечується належний фаховий кадровий склад кафедр. Проблем з добором претендентів не існує. На кафедрі маркетингу завершено виконання ще однієї дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук, яка найближчим часом буде подана до захисту.

Плинність кадрів на кафедрі маркетингу мінімальна (природна).

### **Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином ЗВО залучає роботодавців до організації та реалізації освітнього процесу**

Залучення роботодавців до організації освітнього процесу здійснюється з урахуванням їх точок зору щодо змісту освітньої програми, пропозицій з його удосконалення (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/02/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%20%E2%84%96%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%20%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BE%202019%20%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83.pdf>). На основі цього визначаються обов'язкові та формуються вибіркові компоненти, вносяться зміни до переліку тем кваліфікаційних робіт тощо. Участь роботодавців в реалізації освітньої програми здійснюється, переважно, призначенням висококваліфікованих працівників маркетингових служб підприємств керівниками дослідницько-аналітичної практики. Для такої співпраці з підприємствами та організаціями аграрного профілю укладено відповідні угоди ([https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Pidpruyemstva\\_i\\_orhanizatsiyi.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/1/Pidpruyemstva_i_orhanizatsiyi.pdf)). Найактивнішими у процесах співпраці є успішні випускники університету за спеціальністю «Маркетинг».

### **Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином ЗВО залучає до аудиторних занять на ОП професіоналів-практиків, експертів галузі, представників роботодавців**

Професіонали-практики, експерти та представники роботодавців залучаються до проведення практичних занять на підприємствах та організаціях. Заняття проводяться на оптовому ринку сільськогосподарської продукції «Шувар», Західноукраїнській регіональній агропромисловій біржі. Такі заняття здобувачі вищої освіти сприймають позитивно. Вони забезпечують чіткіше розуміння сфери реалізації компетентностей, які набуваються здобувачами вищої освіти. Зважаючи на зайнятість професіоналів-практиків у даний час здійснюється робота щодо збільшення кількості проведення таких занять ними в університеті.

### **Опишіть, яким чином ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів ОП? Наведіть конкретні приклади такого сприяння**

Професійний розвиток науково-педагогічних працівників забезпечується удосконаленням раніше набутих, або набуттям нових компетентностей. З цієї метою здійснюється навчання за програмами підвищення кваліфікації, стажування, забезпечується участь у семінарах, практикумах, тренінгах, вебінарах, майстер-класах тощо. Організація підвищення кваліфікації НПП здійснюється відділом післядипломної освіти, який спільно з деканатами факультетів та відділом кадрів веде облік підвищення кваліфікації, розробляє щорічну плани-графіки її проходження. Інформація про можливості підвищення кваліфікації або стажування постійно доводиться науково-педагогічним працівникам. Як підвищення кваліфікації можуть бути визнані здобуття наукового ступеня, участь науково-педагогічних працівників у семінарах, практикумах, тренінгах, вебінарах, майстер-класах тощо, що проводилася поза межами плану підвищення кваліфікації. Міжнародний відділ університету сприяє участі працівників у програмі міжнародного обміну, стажуванні у закордонних вищих навчальних закладах. Рішення про визнання результатів підвищення кваліфікації приймається вченою радою університету. Викладач, який протягом п'яти років не пройшов стажування або підвищення кваліфікації, не може претендувати на переобрання на відповідну посаду після завершення терміну перебування на ній.

### **Продемонструйте, що ЗВО стимулює розвиток викладацької майстерності**

Система стимулювання розвитку фахової майстерності регламентується Статутом університету (<https://lvet.edu.ua/images/doc/templates/Universitet/NormativniDocument/statut2017.pdf>), Колективним договором між адміністрацією та профспілковим комітетом первинної профспілкової організації працівників університету, який виступає від імені колективу працівників університету (<https://lvet.edu.ua/images/step/2019/2/07/kolektyvnyu%20dogovir.pdf>), Положенням про рейтингову оцінку діяльності науково-педагогічних працівників Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Polozhennja\\_pro\\_rejtongovu\\_ocinkuNNP.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Polozhennja_pro_rejtongovu_ocinkuNNP.pdf)), Положенням про порядок заміщення вакантних посад науково-педагогічних працівників Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/step/2019/6/03/zam%20vak%20posad.pdf>). Щорічно здійснюється оцінювання науково-педагогічної діяльності викладача (<https://lvet.edu.ua/index.php/navchalna-robota/reitynh.html>). Успіхи щодо розвитку викладацької майстерності стимулюються представленням до відзначення державними нагородами, почесними званнями, грамотами, державними преміями, встановленням диференційованої оплати праці та разового матеріального стимулювання (преміювання), визначенням кращих НПП для різних категорій працівників (професор, доцент, старший викладач, асистент), обранням чи необранням на відповідну посаду.

## **7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси**

**Продемонструйте, яким чином фінансові та матеріально-технічні ресурси (бібліотека, інша інфраструктура, обладнання тощо), а також навчально-методичне забезпечення ОП забезпечують досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів навчання?**

Матеріальна база університету, його технічне обладнання дозволяють здійснювати повноцінний навчальний процес. Форма власності усього майна університету загальнодержавна. Університет його використовує на умовах оперативного управління. Площі навчальних приміщень достатні для проведення занять в одну зміну, а площі лекційних аудиторій – для читання лекцій одним потоком. Бібліотека та читальний зал бібліотеки розташовані у корпусі факультету економіки та менеджменту. Використовуються спеціалізовані лабораторії з ПЕОМ та доступом до електронних джерел інформації. Книгосховище, каталог бібліотеки, зал для видачі літератури, читальний зал розташовані у корпусі факультету економіки та менеджменту. Бібліотечний фонд постійно поповнюється. Університет регулярно передплачує періодичні фахові видання. Науково-педагогічні працівники та здобувачі вищої освіти мають безперешкодний доступ у режимі online до публікацій, що індексуються у базі даних Scopus та Web of Science.

Усі дисципліни, передбачені навчальним планом, мають належне методичне забезпечення. Розроблено завдання для практичних занять, самостійного вивчення навчального матеріалу, виконання курсових робіт, програму дослідницько-аналітичної практики, методичні рекомендації для виконання кваліфікаційної роботи.

### **Продемонструйте, яким чином освітнє середовище, створене у ЗВО, дозволяє задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти ОП? Які заходи вживаються ЗВО задля виявлення і врахування цих потреб та інтересів?**

Моніторинг освітнього середовища щодо його прийнятності для здобувачів вищої освіти здійснюється постійно. Для цього проводиться опитування студентів, створена скринька довіри. Проблемні питання розглядаються на засіданнях ректорату, деканату, вчених рад. Функціонують органи студентського самоврядування. Результати моніторингу свідчать, що загалом освітнє середовище задовольняє потреби та інтереси здобувачів вищої освіти. За пропозиціями студентів формується зручний розклад. Здобувачі вищої освіти мають доступ до міжнародних програм академічної мобільності, грантів та інших освітніх і наукових проєктів, інфраструктури та інформаційних ресурсів. Бібліотека має зручний графік роботи. Функціонує спортивний комплекс з п'ятьма залами. Студенти можуть удосконалювати спортивну майстерність, брати участь у роботі спортивних секцій. Функціонує п'ять колективів художньої самодіяльності. В університеті сформована належна соціальна інфраструктура. Усі студенти, хто бажає, забезпечуються гуртожитком. Оздоровлення студентів здійснюється в пансіонаті «Ксеня» (Карпати).

### **Опишіть, яким чином ЗВО забезпечує безпечність освітнього середовища для життя та здоров'я здобувачів вищої освіти (включаючи психічне здоров'я)?**

Заняття проводяться у приміщеннях, які відповідають будівельним та санітарним нормам. Приміщення утримуються у належному санітарному стані. Це засвідчується у актах санітарно-епідеміологічного обстеження, відповідності пожежного стану приміщень нормативним актам з питань пожежної безпеки. В усіх приміщеннях розміщені плани евакуації, інструкції з користування вогнегасниками. У встановлені терміни проводяться інструктажі з охорони праці. Функціонують медпункт та їдальня. На факультеті панує атмосфера довіри між усіма учасниками освітнього процесу. Студенти вільно звертаються з питаннями до викладачів та працівників деканату і кафедр. Цим досягається захист від будь яких форм експлуатації, фізичного та психічного насильства від дій працівників, які порушують права або принижують їх честь і гідність, забезпечується своєчасне реагування на психічні розлади, основними причинами яких найчастіше є сімейні проблеми.

### **Опишіть механізми освітньої, організаційної, інформаційної, консультативної та соціальної підтримки здобувачів вищої освіти? Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти цією підтримкою відповідно до результатів опитувань?**

Інформаційна та консультативна підтримка здійснюється починаючи з профорієнтаційної кампанії, під час якої потенційним здобувачам вищої освіти доводиться інформація про сутність маркетингу, особливості ОП, умови вступу. Постійно розширюється інформаційне наповнення веб-сайту університету. Впроваджується електронний журнал відвідування занять і успішності студента. На сайті університету розміщується інформація про рейтинг успішності студентів (<https://lvet.edu.ua/index.php/studentu/reitynh-uspishnosti-studentiv/reitynh-uspishnosti-studentiv-fakultetu-ekonomiky-ta-menedzhmentu.html>). Комунікація викладача і здобувача вищої освіти відбувається на заняттях. Необхідні консультації надаються здобувачам вищої освіти під час виконання курсових робіт, проходження дослідницько-аналітичної практики, виконання кваліфікаційної роботи. Ефективною формою комунікації із здобувачами вищої освіти є регулярні індивідуальні консультації викладачів відповідно до встановленого графіку. В університеті функціонує відділ працевлаштування. Систематично публікуються оголошення про вакансії. Відповідно до Порядку призначення і виплати стипендій здобувачам вищої освіти Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького ([https://lvet.edu.ua/images/doc/student/pologennya\\_pro\\_stupendii.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/student/pologennya_pro_stupendii.pdf)) та Порядку використання коштів, передбачених для надання матеріальної допомоги та заохочення університет надає матеріальну допомогу з метою соціального захисту здобувачів вищої освіти. За результатами опитувань застережень щодо неналежної підтримки здобувачів вищої освіти не виявлено. У анкетах, пропонуючи способи удосконалення освітньої діяльності, жоден із здобувачів вищої освіти не вказав на необхідності удосконалення освітньої, організаційної, інформаційної та консультативної підтримки.

### **Яким чином ЗВО створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами? Наведіть посилання на конкретні приклади створення таких умов на ОП (якщо такі були)**

Право на освіту осіб з особливими потребами забезпечується Правилами прийому на навчання до Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького.



(<https://lvet.edu.ua/images/step/2019/12/30/pravyyla%202020%20NEW.pdf>). На основі повної загальної середньої освіти особи з інвалідністю внаслідок війни та особи з інвалідністю, які неспроможні відвідувати заклад освіти (за рекомендацією органів охорони здоров'я та соціального захисту населення) рекомендуються до зарахування за результатами позитивного висновку про проходження співбесіди. Для забезпечення зручності та комфортності перебування в університеті особам, що потребують допомоги, наказом ректора затверджено Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/index.php/13-dostup-do-publichnoi-informatsii/275-nakaz-pro-poriadok-suprovodu-nadannia-dopomohy-osib-z-invalidnistiu-ta-inshykh-malomobilnykh-hrup-naselennia-v-lnuvmb-imeni-szgzhytskoho.html>). Випадків щодо необхідності створення таких умов для здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» не було.

**Яким чином у ЗВО визначено політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією)? Яким чином забезпечується їх доступність політики та процедур врегулювання для учасників освітнього процесу? Якою є практика їх застосування під час реалізації ОП?**

Політика та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) реалізуються через розпорядження ректора та накази по університету. Питання вирішення конфлікту розглядаються у випадку звернення учасника освітнього процесу до будь якої посадової особи чи органів студентського самоврядування, надходження письмового звернення на скриньку довіри, розміщеної у вестибюлі університету. Для перевірки фактів та прийняття відповідних рішень наказом ректора створюється спеціальна комісія. Для протидії корупції визначена посадова особа з питань запобігання та виявлення корупції (<https://lvet.edu.ua/index.php/universytet/antykoriuptsiina-prohrama/upovnovazhena-osoba.html>). Відповідно до Статуту університету (<https://lvet.edu.ua/images/doc/templates/Universitet/NormativniDocument/statut2017.pdf>) конфліктні ситуації, пов'язані із здобувачами вищої освіти розглядаються та врегульовуються з участю представників органів студентського самоврядування. Процедура розгляду конфліктних ситуацій між учасниками освітнього процесу визначена Положенням про комісію з етики та управління конфліктами у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/2/%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%96%D1%8E%20%D0%B7%20%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%96%D0%BA%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B8.pdf>). На профілактику конфліктів, забезпечення етичних норм поведінки на засадах рівноправності між НПП та здобувачами вищої освіти розроблено і застосовується Кодекс корпоративної культури учасників освітнього процесу у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/30/2/%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%97%20%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%20%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%96%D0%B2%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%83.pdf>).

## 8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

**Яким документом ЗВО регулюються процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП? Наведіть посилання на цей документ, оприлюднений у відкритому доступі в мережі Інтернет**

Розробка, моніторинг та перегляд освітніх програм є елементом забезпечення внутрішньої системи якості освіти. Відповідно до чинного Положення про відділ забезпечення якості вищої освіти у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького даний відділ здійснює моніторинг процедури періодичного перегляду освітніх програм (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/08/13/%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B4%D1%96%D0%BB%20%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D1%82%D1%82%D1%96%20%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B0%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%972020.pdf>). Проектом Положення про забезпечення якості освіти у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького передбачено регулярний (щонайменше один раз на рік) розгляд питань щодо перегляду (оновлення, вдосконалення, створення нових) освітніх програм на засіданні методичних рад факультетів та вченої ради університету. За потреби декан факультету, вчена рада факультету та університету, проректор з науково-педагогічної роботи, навчально-методичний відділ, відділ забезпечення якості освіти та акредитації ініціюють перегляд, внесення змін і доповнень до освітніх програм ([https://lvet.edu.ua/images/doc/yakist/proyekt/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82\\_%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE\\_%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\\_%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96\\_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8\\_%D0%A3%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82%D1%83.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/yakist/proyekt/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF_%D0%BF%D1%80%D0%BE_%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8_%D0%A3%D0%BD%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%82%D1%83.pdf)). Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП визначені проектом Положення про освітні програми у Львівському

національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького, яке обговорюється в університеті і найближчим часом набере чинності ([https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna\\_robota/normatyvni\\_dokumenty/proekt/Osvitni\\_programy\\_project.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna_robota/normatyvni_dokumenty/proekt/Osvitni_programy_project.pdf)).

### **Опишіть, яким чином та з якою періодичністю відбувається перегляд ОП? Які зміни були внесені до ОП за результатами останнього перегляду, чим вони були обґрунтовані?**

Розроблені проекти освітніх програм оприлюднюються на веб-сторінці університету. ([https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna\\_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82\\_%D0%9E%D0%9F\\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3\\_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82_%D0%9E%D0%9F_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf)). Доступність проектів створює належні передумови для їх аналізування усіма зацікавленими сторонами, пропонування підходів до удосконалення. Після доробки з урахуванням зауважень та пропозицій, схвалення навчально-методичною комісією спеціальності 075 – «Маркетинг», навчально-методичною радою факультету економіки та менеджменту, гарантом спеціальності, деканом факультету, проректором з науково-педагогічної роботи, вченими радами факультету та університету ОП упроваджується наказом ректора університету. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти переглядається щорічно. У 2019 році перегляд ОП «Маркетинг» здійснювався, в основному, з урахуванням набуття чинності затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України 10.07.2019 р. № 960 Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти. У 2020 році дана програма переглядалась і доповнювалась з урахуванням зауважень та пропозицій роботодавців та здобувачів вищої освіти. Враховано пропозиції щодо вивчення іноземної мови, реалізації життєздатних підприємницьких проектів (включаючи власні підприємницькі проекти). Відповідно до ОП включено дисципліни «Соціально-економічна англійська лексика» та «Управління проектами».

### **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як здобувачі вищої освіти залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, а їх позиція береться до уваги під час перегляду ОП**

Здобувачі вищої освіти пропонують підходи щодо змісту освітньої програми та її удосконалення. Їх позиція і побажання, переважно, враховуються за результатами анкетувань. Розроблені анкети оприлюднені на веб-сайті університету (<https://lvet.edu.ua/index.php/ndskvfd.html>). У анкеті вказана електронна адреса, на яку слід її надіслати. Крім того для анкетування залучаються органи студентського самоврядування. Заповнені анкети аналізуються на засіданнях навчально-методичної комісії спеціальності «Маркетинг» (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/02/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%20%E2%84%96%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%2011%20%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BE%202020%20%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83.pdf>) та навчально-методичної ради факультету економіки та менеджменту. Неформальним джерелом інформації щодо сприйняття ОП здобувачами вищої освіти є їх спілкування з кураторами академічних груп, науково-педагогічними працівниками у процесі вивчення відповідних дисциплін. Здобувачі вищої освіти входять до складу навчально-методичної комісії спеціальності, де розробляються проекти програм та формується їх зміст. Зміст освітніх програм формується і на основі інформації за результатами анкетування здобувачів вищої освіти з використанням і загальноуніверситетської системи опитування випускників ([https://docs.google.com/forms/d/1bTSJwJW9T4vxMpxi1bAMxPt8yZPSGun-k\\_aWe3pdI88/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1bTSJwJW9T4vxMpxi1bAMxPt8yZPSGun-k_aWe3pdI88/viewform?edit_requested=true)). За результатами обговорення приймаються відповідні рішення.

### **Яким чином студентське самоврядування бере участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП**

Для забезпечення об'єктивності та анонімності результатів опитування заповнення анкет організовується органами студентського самоврядування. Заповнення анкет, як правило, організовується в аудиторіях під час перерв. Представники органів студентського самоврядування входять до складу вчених рад факультету та університету, де вони беруть участь в обговоренні результатів опитування, вносять пропозиції щодо змісту, удосконалення та упровадження ОП. Недоліком такої процедури є байдужість окремих студентів, внесення випадкової інформації, що ускладнює формування обґрунтованих висновків.

### **Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як роботодавці безпосередньо або через свої об'єднання залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості**

Для удосконалення і забезпечення належної якості освітньої програми «Маркетинг» з урахуванням її профілю університет співпрацює з керівниками та фахівцями сільськогосподарських і переробних підприємств, організацій, що відносяться до фізичних елементів інфраструктури аграрного ринку, асоціацією фермерів та приватних землевласників Львівської області. Роботодавці надсилають відгуки та рецензії на проекти освітніх програм (<https://lvet.edu.ua/index.php/retsenzii-ta-vidhuky-steikholderiv-na-osvitni-prohramy.html>). Проводяться спільні з роботодавцями засідання навчально-методичної комісії (<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/07/02/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BB%20%E2%84%96%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%2012%20%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BE%202019%20%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83.pdf>) для обговорення проблем удосконалення змісту освітніх програм. Найактивнішими щодо цього є успішні випускники університету за спеціальністю «Маркетинг». Радник директора оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шувар» Стефанишин І. М. є членом навчально-методичної комісії спеціальності «Маркетинг» і бере участь у розробці ОП. Враховується, також, точка зору

роботодавців за результатами їх участі у роботі науково-практичних конференцій, де з'ясовуються актуальні проблеми маркетингової діяльності у аграрному секторі економіки.

### **Опишіть практику збирання та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП**

В університеті функціонує підрозділ сприяння працевлаштуванню випускників, до функцій якого належать вивчення, аналіз і прогнозування ринку праці; налагодження зворотних зв'язків з роботодавцями; ознайомлення студентів старших курсів університету з сучасним ринком праці та вимогами роботодавців; ведення статистики працевлаштування випускників. Для вивчення і аналізу кар'єрного шляху випускників даним підрозділом здійснюється їх опитування з використанням Інтернет-системи (<https://lvet.edu.ua/index.php/vipuskniku/opytuvannia.html>). Для врахування позицій випускників щодо удосконалення змісту освітньої програми «Маркетинг» використовується анкета, розроблена навчально-методичною комісією спеціальності «Маркетинг» (<https://lvet.edu.ua/index.php/ndskvfnd.html>). Інформація щодо кар'єрного шляху випускників збирається, також, під час їх зустрічей в університеті.

### **Які недоліки в ОП та/або освітній діяльності з реалізації ОП були виявлені у ході здійснення процедур внутрішнього забезпечення якості за час її реалізації? Яким чином система забезпечення якості ЗВО відреагувала на ці недоліки?**

За результатами аналізу робочих програм дисциплін виявлено недостатньо чітке пов'язування змісту навчального матеріалу з компетентностями, які дана дисципліна забезпечує. Починаючи з 2019 року у робочих програмах обов'язкових дисциплін вказуються результати навчання та компетентності, які забезпечуються вивченням окремих тем дисципліни. У 2019 році визнано неприйнятним підхід до формування переліку вибіркового дисциплін за принципом блоковості.

### **Продемонструйте, що результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти беруться до уваги під час удосконалення ОП. Яким чином зауваження та пропозиції з останньої акредитації та акредитацій інших ОП були ураховані під час удосконалення цієї ОП?**

Акредитувалась спеціальність «Маркетинг». Акредитація ОП «Маркетинг» здійснюється вперше. З урахуванням зауважень за результатами акредитації інших ОП впорядковується веб-сторінка університету.

### **Опишіть, яким чином учасники академічної спільноти змістовно залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП?**

Усі учасники навчального процесу мають можливість впливати на зміст ОП та забезпечення її якості. Цьому сприяє регулярний перегляд освітньої програми та процедура розробки, оприлюднення, погодження і затвердження. Учасники академічної спільноти вносять пропозиції та зауваження до проєктів освітніх програм, а також беруть участь у засіданнях навчально-методичної комісії, навчально-методичної ради факультету і університету, методичних семінарах та засіданнях кафедри, де розглядається проєкт ОП. Належна фаховість впливу на якість ОП досягається стажуванням НПП у вітчизняних та закордонних ЗВО, здійсненням наукових досліджень з проблем аграрного маркетингу, участю у наукових конференціях, тренінгах з підвищення якості надання освітніх послуг тощо.

### **Опишіть розподіл відповідальності між різними структурними підрозділами ЗВО у контексті здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти**

Система внутрішнього забезпечення якості освіти ([https://lvet.edu.ua/images/step/2019/12/03/4/Опис\\_системи\\_якості.pdf](https://lvet.edu.ua/images/step/2019/12/03/4/Опис_системи_якості.pdf)), яка постійно удосконалюється, функціонує на основі розподілу повноважень та відповідальності між підрозділами і службами університету. За виконання вимог внутрішньої системи забезпечення якості освіти відповідають ректор, перший проректор, відділ забезпечення якості освіти та акредитації. Контроль за якістю кадрового забезпечення навчального процесу в університеті здійснюють відділ кадрів, конкурсна комісія, навчально-методичний відділ. Контроль за навчально-методичним забезпеченням навчального процесу здійснюють навчально-методичний відділ, відділ забезпечення якості освіти та акредитації, декани факультетів, завідувачі кафедр у межах своїх службових повноважень. Контроль за матеріально-технічним забезпеченням освітньої діяльності здійснюють у межах своїх службових повноважень декани факультетів, завідувачі кафедр, наукова бібліотека. За забезпечення публічності інформації, її належного представлення на веб-сайті університету відповідальні перший проректор, проректор з науково-педагогічної роботи, керівники структурних підрозділів та відповідальні за веб-сайт працівники структурних підрозділів. Відділ сприяння працевлаштуванню випускників налагоджує зв'язки з роботодавцями, зворотні зв'язки з випускниками, веде статистику працевлаштування випускників університету.

## **9. Прозорість і публічність**

### **Якими документами ЗВО регулюється права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу? Яким чином забезпечується їх доступність для учасників освітнього процесу?**

Права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького регулюються Конституцією України, Законом України «Про освіту», Законом України «Про вищу освіту», Статутом університету (<https://lvet.edu.ua/images/doc/templates/Universitet/NormativniDocument/statut2017.pdf>), Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу ([https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove\\_Polozennya\\_2015\\_final.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/NormativniDocumentu/Nove_Polozennya_2015_final.pdf)), Правилами внутрішнього трудового та навчального розпорядку ([https://lvet.edu.ua/images/doc/Viddil\\_kadriv/pravula\\_v\\_t\\_r.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/Viddil_kadriv/pravula_v_t_r.pdf)), контрактами з науково-педагогічними працівниками, здобувачами вищої освіти та іншими нормативними документами..

**Наведіть посилання на веб-сторінку, яка містить інформацію про оприлюднення на офіційному веб-сайті ЗВО відповідного проекту з метою отримання зауважень та пропозиції заінтересованих сторін (стейкхолдерів). Адреса веб-сторінки**

[https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna\\_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82\\_%D0%9E%D0%9F\\_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3\\_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf](https://lvet.edu.ua/images/doc/navchalna_robota/osvitniProgramu/2020/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82_%D0%9E%D0%9F_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80.pdf)

**Наведіть посилання на оприлюднену у відкритому доступі в мережі Інтернет інформацію про освітню програму (включаючи її цілі, очікувані результати навчання та компоненти)**

<https://lvet.edu.ua/images/step/2020/08/19/%D0%9E%D0%9F%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%20%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%2019.pdf>

## 11. Перспективи подальшого розвитку ОП

**Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?**

Сильними сторонами ОП є сформованість НПП як фахівців з аграрного маркетингу; поєднання навчальної і наукової діяльності, що забезпечує удосконалення змісту ОП; залучення до наукових досліджень студентів; налагоджена спільної українсько-польської підготовки за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти і розробка та погодження необхідних документів щодо такої підготовки за другим (магістерським) рівнем; стажування більшості НПП кафедри маркетингу у закордонних ЗВО; укладання достатньої кількості угод щодо проходження дослідницько-аналітичної практики; залучення студентів піл час практики до дослідницької та впроваджуваної діяльності; безоплатний доступ учасників освітнього процесу до наукометричних баз Scopus та Web of Science. Слабкими сторонами ОП є недостатня кількість прикладних комп'ютерних програм для проведення практичних занять у формі моделювання економічних процесів в АПК; пасивність практиків господарювання щодо їх залучення до освітньої діяльності.

**Якими є перспективи розвитку ОП упродовж найближчих 3 років? Які конкретні заходи ЗВО планує здійснити задля реалізації цих перспектив?**

Перспективи розвитку ОП визначаються безальтернативністю становлення і подальшого розвитку ринкового середовища в аграрному секторі економіки, посиленням проблем підвищення конкурентоспроможності продукції та формування каналів її розподілу. Через недостатню кількість фахівців з аграрного маркетингу вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники не тільки належним чином не використовують можливостей виведення продукції на зовнішні ринки, а з багатьох видів продукції втрачають конкурентні позиції на внутрішньому ринку. У найближчі три роки зусилля спрямовуватимуться на інтеграцію у європейський освітній й науковий простір, розширення програми академічної мобільності студентів. Впроваджуватиметься спільна українсько-польська підготовка здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за ОП «Маркетинг». Удосконалюватиметься зміст підготовки з урахуванням особливостей та актуальних проблем аграрного маркетингу, пропозицій та точок зору здобувачів вищої освіти, роботодавців, випускників, представників академічної спільноти. Збільшуватиметься кількість дисциплін для розширення можливостей їх вибору студентами. Впроваджуватимуться у навчальний процес дисципліни, що викладаються іноземною мовою. Розроблятимуться прикладні програми для проведення практичних занять у формі комп'ютерного моделювання економічних процесів в сільському господарстві.. Ширше залучатимуться студенти до виконання наукових тем та проектів. Збільшуватиметься кількість занять, які проводитимуть практики господарювання. Удосконалюватиметься внутрішня система забезпечення якості освіти.

## Запевнення

Запевняємо, що уся інформація, наведена у відомостях та доданих до них матеріалах, є достовірною.

Гарантуємо, що ЗВО за запитом експертної групи надасть будь-які документи та додаткову інформацію, яка стосується освітньої програми та/або освітньої діяльності за цією освітньою програмою.

Надаємо згоду на опрацювання та оприлюднення цих відомостей про самооцінювання та усіх доданих до них матеріалів у повному обсязі у відкритому доступі.

Додатки:

*Таблиця 1.* Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

*Таблиця 2.* Зведена інформація про викладачів ОП

*Таблиця 3.* Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання

\*\*\*

Шляхом підписання цього документа запевняю, що я належним чином уповноважений на здійснення такої дії від імені закладу вищої освіти та за потреби надам документ, який посвідчує ці повноваження.

*Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.*

Інформація про КЕП

**ПІБ: Стибель Володимир Володимирович**

Дата: 28.09.2020 р.

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Соціальна відповідальність	навчальна дисципліна	<i>Соціальна відповідальність.pdf</i>	5FUOssKtpxmLcoRkeuv3gtu2Vu3XzkCDFyJzVK6PRzQ=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Інноваційний розвиток підприємства	навчальна дисципліна	<i>Інноваційний розвиток підприємства.pdf</i>	OdcqOLKM11NVZe90Mj+/u+JyA9VqCTG6hsjsyWeL3vQ=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Маркетинговий менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Маркетинговий менеджмент.pdf</i>	mq2Nsm6bMU1AzBogQWW/tfZvPlaWb8tNifYLRt2rACI=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	<i>Рекламний менеджмент.pdf</i>	Ddhss9/aRqtWUn6onjz50E9v1/2GzFfiVDOVp khUGwU=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Маркетингова політика розподілу	навчальна дисципліна	<i>Маркетингова політика розподілу.pdf</i>	HNNQEUCwpe5C5iDGvoE76eSwRDGScf3NAvizySQNbho=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Маркетинг відносин	навчальна дисципліна	<i>Маркетинг відносин.pdf</i>	HPhyl4pAqhf3YYOeZPj bNoY6uYJNPPS6ymouC2Xxjq4=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	<i>Стратегічний маркетинг.pdf</i>	ZrLlnLR59We27lBnPEf8a89b5dWKm3DYwv3tDUWwJo=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Товарна інноваційна політика	навчальна дисципліна	<i>Товарна інноваційна політика.pdf</i>	V5M6DRV9B9XAbN4ABNTToJj1HZoXo2Gg3R7Eyi2A4AQ=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Методологія прикладних досліджень у маркетингу	навчальна дисципліна	<i>Методологія прикладних досліджень у маркетингу.pdf</i>	XsaV8FH/6e2ZvwqtOKqaiyhktTp+pN4b8uGVrsim2k=	Стаціонарні та переносні мультимедійні системи
Дослідницько-аналітична практика	практика	<i>Дослідницько-аналітична практика.pdf</i>	xKv/eHsl6jyb+E8vVfM XL9uwyNyGeplcTdbwYeALFQM=	
Підготовка кваліфікаційної роботи	підсумкова атестація	<i>Підготовка кваліфікаційної роботи.pdf</i>	HO7PV+2nJQ7VqaEoYp5A3nPHCo5jelQSZCoji2MNEQs=	

\* наводяться відомості, як мінімум, щодо наявності відповідного матеріально-технічного забезпечення, його достатності для реалізації ОП; для обладнання/устаткування – також кількість, рік введення в експлуатацію, рік останнього ремонту; для програмного забезпечення – також кількість ліцензій та версія програмного забезпечення

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

ID викладача	ПІБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх викладає викладач на ОП	Обґрунтування
178785	Музика Павло Михайлович	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом доктора наук ДД 005750, виданий 12.04.2007, Диплом кандидата наук КН 008722, виданий 09.10.1995, Атестація доцента 02ДЦ 014544, виданий 16.06.2005, Атестація	18	Інноваційний розвиток підприємства	Співатор п'яти наукових публікацій у фахових виданнях України: 1. Музика П. М., Тучак-Петраш Н. В. Стратегія сооперобного підприємства ТОВ «Рентком» в умовах інноваційного розвитку. Науковий вісник Львівського національного університету

професора 12ПР  
005965, виданий  
19.02.2009

ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Том 12. №4(64). 2015. С.296-300.

2. Музика П.М. Оптові ринки сільськогосподарської продукції: стратегія побудови і функціонування. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». 2014. Т. 16. № 3 (60). С. 140-147.

3. Музика П.М. Гончаренко Л.В., Бардин О.Б. Вплив витрат виробництва на ефективність діяльності великих аграрних формувань в ринкових умовах. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». 2015. Т. 17. № 4 (64). С. 289-295.

4. Музика П.М. Кцюмбас І. Я., Гарвас Г. Д. Перспективи формування кластерної структури в галузі ветеринарної фармації в Україні. Економіка АПК.2018. №10. С. 64-71.

5. Музика П. М., Музичка Ю. М., Дадак О. О. Стан та тенденції розвитку ринку аграрного страхування України. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». 2019. Т. 21 №92. С. 125-128.

Під керівництвом Музики П. М. чотири аспіранти захистили дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.

Керівник держбюджетної науково дослідної роботи на тему: «Основні напрями інноваційного розвитку виробництва та переробки продукції агропродовольчого підкомплексу» (держ. реєстр. № 0116U004283).

Автор навчально-методичних розробок:  
1.Музика П.М. Світове сільське господарство: методичні рекомендації

						<p>для самостійного вивчення курсу. Львів, 2017. 32 с.</p> <p>2. Музика П. М. Товарна інноваційна політика: методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни. Львів, 2017. 38 с.</p> <p>3. Музика П. М. Інноваційний розвиток підприємства: методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни. Львів, 2017. 42 с.</p> <p>4. Музика П.М. Інноваційний розвиток підприємства: методичні рекомендації для виконання практичних завдань. Львів, 2019. 42 с.</p> <p>Студенти-гуртківці, наукове керівництво якими здійснює Музика П. М. постійно займають призові місця за результатами I етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Голова аграрної палати Львівської області Експерт – радник Львівської дорадчої служби. Забезпечується виконання підпунктів 2, 4, 8, 10, 13, 16, 18 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>	
282259	Сендецька Світлана Василівна	доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом кандидата наук ДК 062951, виданий 10.11.2010, Атестат доцента 12ДЦ 036221, виданий 10.10.2013	28	Рекламний менеджмент	<p>За останні п'ять років опубліковано 7 наукових статей у фахових виданнях України:</p> <p>1. Сендецька С. В. Дослідження виробництва і розподілу продукції на ринку м'яса птиці в Україні. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2019. Т. 21, № 93. С. 8-12. URL: <a href="https://doi.org/10.32718/nvlvet-e9302">https://doi.org/10.32718/nvlvet-e9302</a>.</p> <p>2. Сендецька С. В. Брендінг у діяльності виробників продукції птахівництва. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2018. Т. 20, № 86. С. 83-87.</p> <p>3. Сендецька С. В. Соціальна реклама і її вплив на здоровий спосіб життя студентської молоді. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини</p>



та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2018. Т. 20, № 91. С. 42-45.

4. Сендецька С. В. Сучасний стан та перспективи розвитку світового ринку м'яса птиці. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2017. Т. 19, № 76. С. 96-99.

5. Сендецька С. В. Дослідження українського ринку яєць та яйцепродуктів. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2017. Т. 19, № 81. С. 102-106.

6. Сучасний стан та перспективи розвитку рекламного ринку України і світу. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2016. Т. 18, №2 (69). С. 132-135.

7. Сендецька С. В. Дослідження ефективності брендингу на ринку молокопереробної продукції. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2016. Т. 18, № 1 (65), Ч.4. С. 219-222.

Автор монографії:  
Сендецька С.В.  
Економічний механізм формування і функціонування ринку продукції птахівництва: монографія. Львів: Галицька видавнича спілка, 2013. 200 с.  
За останні п'ять років опубліковано більше трьох навчально-методичних посібників.  
Науковий керівник студентки Ткачик Я., наукова робота якої «Формування стратегій брендингу» у 2016 році визнана призером І туру (диплом І ступеня) Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт.  
Член Української асоціації маркетингу.  
Здійснювала наукове

						<p>консультування ТзОВ «Кармен-Захід», на замовлення якого виконувалась госпдоговірна наукова робота.</p> <p>Забезпечується виконання підпунктів 2, 3, 10, 13, 14, 16, 18 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>	
275493	Колодійчук Володимир Анатолійович	професор, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом доктора наук ДД 004930, виданий 15.12.2015, Диплом кандидата наук ДК 004335, виданий 13.10.1999, Атестація доцента 02ДЦ 000214, виданий 24.12.2003, Атестація професора АП 001379, виданий 16.12.2019</p>	28	Маркетинговий менеджмент	<p>Автор та співавтор опублікованих за останні 5 років наукових праць у періодичних виданнях, включених до наукометричних баз Scopus та Web of Science Core Collection:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Kolodiichuk V. Management of logistics expences on the AIC enterprises. Scientific Bulletin of Polissia. 2017. №2(10). P. 2. pp. 164-169. (Web of Science)</li> <li>Yatsiv I., Kolodiichuk V. Formation of soci-al responsibility of large agricultural land users in Ukraine. Economic Annals-XXI. 2017. № 168 (11-12). pp. 48-52. (Scopus та Web of Science)</li> <li>Kravtsiv V., Kolodiichuk V. Kolodiichuk I. Greening of trans-ort and logistics systems of regional agricultural ma-r-kets. Economic Annals-XXII. 2018. № 171 (5-6). pp. 38-43. (Scopus та Web of Science)</li> <li>Kolodiichuk V., Dubnevych Y. Technical and techno-logical support for grain stocks management of agricultural producers in the conditions of elevator capacity deficiency in Ukraine. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development. Vol. 19. Issue 3. 2019, pp. 319-327. (Web of Science)</li> <li>Bulgakov V., Adamchuk V., Sergeeva N., Kolodiichuk V. Unification of technological parameters of grain logistics in corporations. Farm machinery and processes management in sustainable agriculture: X International Scientific Symposium, 20-22 November 2019. Lublin, POLAND: FMPMSA, 2019. pp. 335-340. (Scopus та Web of Science).</li> <li>Kolodiichuk I., Kolodiichuk V. Formalization of the waste management task in Ukraine for ensuring the environmental stability of Eastern Europe. Journal of Eastern European and Central Asian Research</li> </ol>

(JEECAR). Vol. 7, No. 1, 2020, pp. 51-60. (Scopus)

7. Kolodiichuk V. Dubnevych Y. Technical and economic parameters of evaluating the logistics system efficiency of the state food and grain corporation of Ukraine. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development. 2020. Vol. 20. Issue 1. pp. 277-286. (Web of Science)

8. Kolodiichuk V., Cherevko H., Kolodiichuk I. Popivniak R.. Efficiency of logistics chain management in the grain product subcomplex of the Agro-Industrial Complex of Ukraine. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development. 2020. Vol. 20. Issue 1. pp. 287-300. (Web of Science).

Автор п'яти наукових публікацій у фахових виданнях України:

1) Колодійчук В. А. Трансформаційні та транзакційні логістичні витрати у зернопродуктовому підкомплексі АПК. Економіка АПК. 2015. № 4. С. 47–52.

2) Колодійчук В. А. Концептуальна модель оптимізації логістичної системи у зернопродуктовому підкомплексі АПК України. Економіка АПК. 2016. № 5. С. 60–65.

3) Колодійчук В. А. Інтегральна оцінка економічної ефективності регіональних логістичних систем підприємств зернопродуктового під-комп-лексу АПК України. Регіональна економіка. 2016. № 2 (80). С. 121–128.

4) Колодійчук В. А., Яців І. Б. Перспективи розвитку зернопродукто-вого підкомплексу АПК України в умовах уніфікації міжнародних логістичних стандартів. Економіка України. 2017. № 7 (668). С. 74–82.

5) Колодійчук В. А. Про зміст та співвідношення логістичних категорій «канал» і «ланцюг» через призму життєвого циклу логістичної системи. Економічний форум. 2019. № 1. С. 83–91.

Автор монографії:  
Колодійчук В. А.  
Ефективність логістики зерна та продуктів його переробки : монографія.

						<p>Львів : Український бестселер, 2015. 574 с.</p> <p>Як учасник міжнародних наукових проектів рецензент статей для публікації у <i>Ekonomika i Organizacja Logistyki: zeszyty naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie</i>. Член трьох експертних комісій з первинної акредитаційної експертизи освітньо-професійних програм за спеціальностями галузі знань 07 «Менеджмент і адміністрування». Член редколегії іноземного рецензованого наукового видання <i>Scientific journal Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia (Poland)</i>. Член спеціалізованої вченої ради Д 36.814.02 у Львівському національному аграрному університеті (2016-2018 роки). Автор навчально-методичних посібників.</p> <p>Науковий керівник студентки Викоцької М., наукова робота якої «Національна система модальних перевезень зернових вантажів» у 2020 р. зайняла III місце у II турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації «Економіка та управління національним господарством».</p> <p>Забезпечується виконання підпунктів 1, 2, 3, 5, 7, 8, 11, 13, 14 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>
255550	Бабич Леся Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом кандидата наук ДК 053929, виданий 08.07.2009, Агестат доцента 12ДЦ 032715, виданий 26.10.2012	15	<p>Методологія прикладних досліджень у маркетингу</p> <p>Співатор монографій:  1. Поперечний С. І., Бабич Л. В. Проблеми формування ринку ветеринарних послуг. Формування конкурентоспроможного АПК України в умовах транзитної економіки : колективна монографія / за ред. Ю.О. Нестерчук. Умань : Видавець «Сочінський М.М.», 2017. С. 35-41.  2. Дорош-Кізім М. М., Дадак О. О., Бабич Л. В. Особливості соціально-економічного поступу національної економіки в умовах інформаційно-технологічних викликів. Цифрова трансформація економіки України в контексті глобальної світової діджиталізації : колективна монографія / за наук. ред. к.е.н., проф. Квасній Л. Г., к.е.н., доц. Татомир І. Л. Трускавець: Посвіт, 2020. С. 137-152.</p>

						<p>Заступник завідувача кафедри маркетингу з 2009 року. Автор більше, ніж трьох навчально-методичних посібників. Науковий керівник студентки Михайлів Н.З., наукова робота якої «Тенденції розвитку ринку ветеринарних послуг» у 2016 р. зайняла призове місце у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за спеціальністю «Маркетинг». Науковий керівник студентської наукової роботи Арбори О. В. «Формування ринкового середовища у сфері ветеринарних послуг», яка у 2017 році зайняла місце у I турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт за спеціальністю «Маркетинг». Член Української асоціації маркетингу. Науковий консультант ТзОВ «Кармен-Захід», на замовлення якого у 2019 році виконувалась наукова робота за госпдоговором.</p> <p>Забезпечується виконання підпунктів 3, 10, 13, 14, 16, 18 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>	
287638	Флейчук Марія Ігорівна	професор, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом спеціаліста, Львівська комерційна академія, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050103 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 008672, виданий 06.10.2010, Диплом кандидата наук ДК 025102, виданий 16.09.2004, Атестат професора 12ПР 009842, виданий 23.09.2014</p>	15	Соціальна відповідальність	<p>За останні п'ять років у співавторстві опублікувала три статті у періодичних виданнях, включених до наукометричних баз Scopus та Web of Science Core Collection:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Shynkar S., Gontar Z., Dubyna M., Nasyraiko D, Fleychuk M. Assessment of economic security of enterprises: theoretical and methodological aspects. Business: Theory and Practice, 2020. Volume 21. Issue 1. pp. 261–271. URL: <a href="https://journals.vgtu.lt/in dex.php/BTP/article/view /11573/9829">https://journals.vgtu.lt/in dex.php/BTP/article/view /11573/9829</a> (Scopus).</li> <li>Moysyenko, I., Fleychuk, M., Demchyshyn, M. Innovative activities development of industrial enterprises in Ukraine. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies: Evolvments in Business Information Processing and Management. 2019. Volume 2. pp. 259-276. URL: <a href="https://link.springer.com/ chapter/10.1007%2F978-3-030-19069-9_10">https://link.springer.com/ chapter/10.1007%2F978-3-030-19069-9_10</a> (Scopus).</li> <li>Fleychuk M., Ganski U., Kutsyk V., Tsybouski V. Foreign economic security</li> </ol>

strengthening in the context of geopolitical reorientation. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2019. Vol. 41. № 1. pp.12-24. URL: <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/186/223> (Web of Science).

У фахових виданнях України за вказаний період опубліковано п'ять наукових праць:

1. Флейчук М. І., Дацко О. І., Волошин В. І. Геоекономічні виміри трансформації світового порядку та наслідки для України. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2015. № 36. С.107-114.
2. Флейчук М. І. Економічні передумови і наслідки трансформації світового порядку та місце України у цьому процесі. Вісник НТШ. 2015. № 53-54. С.61-67.
3. Флейчук М.І., Мокій А. І., Дацко О. І. Ресурси розвитку підприємств в Україні: інституційні ризики. Наукові записки ЛУБП. Серія «Економічна». Вип. 16. Львів. 2016. С. 31-38.
4. Флейчук М.І., Столяренко О.А. Фінансова компонента економічної безпеки підприємств. Вісник Львівського університету. Серія «Економічна». 2017. Випуск 54. С. 235-242.
5. Флейчук М. І., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Пріоритети і засоби державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішнього ринку в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 53. С. 10-19.

Автор та співавтор монографій:

1. Флейчук М.І. Соціальна компонента економічної безпеки України: монографія / за заг. ред. Флейчук М.І., Гончарук Я. А. Львів: Ліга – Прес, 2016. 168 с.
2. Fleychuk M. System transformations of the national economy: challenges and expectations: monograph / Ed. by O.Vlasyuk. University of Economy Publishing House, Bydgoszcz, Poland, 2016. Vol. 1. 242 p.
3. Флейчук М. І. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг.

						<p>ред. Горбуліна В.П.: НІСД, 2017. 722 с.</p> <p>4. Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації: монографія/ за заг. ред. О.С. Власюка. К.: НІСД, 2017. 384 с.</p> <p>5. Fleychuk M. International economic relations and prospects for national development. Contemporary challenges and solutions: monograph / Under the editorship of prof. M.I. Fleychuk, Dr. Ganski, Prof. V.U.Kazlouski [and others]. Daugavpils: Daugava Print, 2018. 368 p.</p> <p>6. Конкурентні стратегії безпеки розвитку України у глобальному середовищі: монографія/ за заг. ред. А. І. Мокія. Львів, 2019. 872 с.</p> <p>7. Криштанович М. Ф., Пушак Я. Я., Флейчук М. І., Франчук В. І. Державна політика забезпечення національної безпеки України: основні напрямки та особливості здійснення: монографія. Львів: Сполом, 2020. 418 с.</p> <p>Під її керівництвом виконано і захищено чотири кандидатські дисертації. Бере участь у міжнародних наукових проєктах. Член спеціалізованих вчених рад. Член редколегії Вісника Дніпропетровського університету, серія: «Менеджмент інновацій». Опонувала 4 кандидатські та 2 докторські дисертації. Автор чотирьох методичних розробок. Академік Академії наук вищої школи України.</p> <p>Забезпечується виконання підпунктів 1, 2, 3, 4, 5, 8, 11, 16 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>	
282263	Войтович Наталія Володимирівна	доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом спеціаліста, Львівська національна академія ветеринарної медицини імені С.З. Гжицького, рік закінчення: 2004, спеціальність: 050206 Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, Диплом кандидата наук ДК 055130, виданий 14.10.2009,	13	Стратегічний маркетинг	<p>Співавтор наукової статті, опублікованої у періодичному виданні, включеному до наукометричної бази Scopus: Voytovych N, Smolynets I., Hirniak K. The Role of Technology Innovation in Food Systems Transformation. Quality Access to Success. 2020. Vol. 21. No. 174. pp. 128-134.</p> <p>Співавтор наукових монографій:</p> <p>1. Лурчук Vasyly, Voytovych Nataliya. Risk management in the public sector: scientific monograph. Public Risk Management. Tome I:</p>

				Атестат доцента 12ДЦ 033866, виданий 25.01.2013		<p>Perspective of Theory and Practice. Edited by Piotr Tworek, Józef Myrczek. Publishing House of the University of Economics in Katowice, Katowice, 2016. pp. 64-76.</p> <p>2. Nataliya Voytovych. Modele i fazy procesów innowacyjnych w rozwoju współczesnej gospodarki. Коллективная монография «Иновации: от теории к практике». Брест, 2019. С. 23-34.</p> <p>3. Różański Jerzy, Voytovych Nataliya. Transfer technologii w procesach innowacyjnych przedsiębiorstwa: monografia. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2019. 240 s.</p> <p>Член редакційної колегії іноземного рецензованого наукового видання: (<a href="https://sites.google.com/view/masep-2018-pl/rada-naukowa?authuser=0">https://sites.google.com/view/masep-2018-pl/rada-naukowa?authuser=0</a>).</p> <p>За останні п'ять років опубліковано шість навчально-методичних посібників. Науковий керівник Булавинець Анастасії, наукова робота якої у 2019 році визнана призером II етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціалізації "Підприємництво" (третє місце).</p> <p>Забезпечується виконання підпунктів 1, 3, 8, 13, 14 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>	
287638	Флейчук Марія Ігорівна	професор, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом спеціаліста, Львівська комерційна академія, рік закінчення: 2001, спеціальність: 050103 Міжнародні економічні відносини, Диплом доктора наук ДД 008672, виданий 06.10.2010, Диплом кандидата наук ДК 025102, виданий 16.09.2004, Атестат професора 12ПР 009842, виданий 23.09.2014</p>	15	Маркетинг відносин	<p>За останні п'ять років у співавторстві опублікувала три статті у періодичних виданнях, включених до наукометричних баз Scopus та Web of Science Core Collection:</p> <p>1. Shynkar S., Gontar Z., Dubyna M., Nasypaiko D, Fleychuk M. Assessment of economic security of enterprises: theoretical and methodological aspects. Business: Theory and Practice, 2020. Volume 21. Issue 1. pp. 261–271. URL: <a href="https://journals.vgtu.lt/in dex.php/BTP/article/view /11573/9829">https://journals.vgtu.lt/in dex.php/BTP/article/view /11573/9829</a> (Scopus).</p> <p>2. Moysyenko, I., Fleychuk, M., Demchyshyn, M. Innovative activities development of industrial enterprises in Ukraine. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies: Evolvments in Business Information Processing</p>



and Management. 2019. Volume 2. pp. 259-276. URL: [https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-19069-9\\_10](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-19069-9_10) (Scopus).

3. Fleychuk M., Ganski U., Kutsyk V., Tsybouski V. Foreign economic security strengthening in the context of geopolitical reorientation. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development. 2019. Vol. 41. № 1. pp.12-24. URL: <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/186/223> (Web of Science).

У фахових виданнях України за вказаний період опубліковано п'ять наукових праць:

1. Флейчук М. І., Дацко О. І., Волошин В. І. Геоелектронні виміри трансформації світового порядку та наслідки для України. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2015. № 36. С.107-114.

2. Флейчук М. І. Економічні передумови і наслідки трансформації світового порядку та місце України у цьому процесі. Вісник НТШ. 2015. № 53-54. С.61-67.

3. Флейчук М.І., Мокій А. І., Дацко О. І. Ресурси розвитку підприємств в Україні: інституційні ризики. Наукові записки ЛУБП. Серія «Економічна». Вип. 16. Львів. 2016. С. 31-38.

4. Флейчук М.І., Столяренко О.А. Фінансова компонента економічної безпеки підприємств. Вісник Львівського університету. Серія «Економічна». 2017. Випуск 54. С. 235-242.

5. Флейчук М. І., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Пріоритети і засоби державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішнього ринку в Україні. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 53. С. 10-19.

Автор та співавтор монографій:

1. Флейчук М.І. Соціальна компонента економічної безпеки України: монографія / за заг. ред. Флейчук М.І., Гончарук Я. А. Львів: Ліга – Прес, 2016. 168 с.

2. Fleychuk M. System transformations of the national economy: challenges and

						<p>expectations: monograph / Ed. by O.Vlasyuk. University of Economy Publishing House, Bydgoszcz, Poland, 2016. Vol. 1. 242 p.</p> <p>3. Флейчук М. І. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. Горбуліна В.П.: НІСД, 2017. 722 с.</p> <p>4. Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації: монографія/ за заг. ред. О.С. Власюка. К. : НІСД, 2017. 384 с.</p> <p>5. Fleychuk M. International economic relations and prospects for national development. Contemporary challenges and solutions: monograph / Under the editorship of prof. M.I. Fleychuk, Dr. Ganski, Prof. V.U.Kazlouski [and others]. Daugavpils: Daugava Print, 2018. 368 p.</p> <p>6. Конкурентні стратегії безпеки розвитку України у глобальному середовищі: монографія/ за заг. ред. А. І. Мокія. Львів, 2019. 872 с.</p> <p>7. Криштанович М. Ф., Пушак Я. Я., Флейчук М. І., Франчук В. І. Державна політика забезпечення національної безпеки України: основні напрямки та особливості здійснення: монографія. Львів : Сполом, 2020. 418 с.</p> <p>Під її керівництвом виконано і захищено чотири кандидатські дисертації. Бере участь у міжнародних наукових проектах. Член спеціалізованих вчених рад. Член редколегії Вісника Дніпропетровського університету, серія: «Менеджмент інновацій». Опонувала 4 кандидатські та 2 докторські дисертації. Автор чотирьох методичних розробок. Академік Академії наук вищої школи України .</p> <p>Забезпечується виконання підпунктів 1, 2, 3, 4, 5, 8, 11, 16 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>	
282259	Сендецька Світлана Василівна	доцент, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	Диплом кандидата наук ДК 062951, виданий 10.11.2010, Атестат доцента 12ДЦ 036221, виданий 10.10.2013	28	Маркетингова політика розподілу	<p>За останні п'ять років опубліковано 7 наукових статей у фахових виданнях України:</p> <p>1. Сендецька С. В. Дослідження виробництва і розподілу продукції на ринку м'яса птиці в Україні. Науковий вісник</p>

Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2019. Т. 21, № 93. С. 8-12. URL: <https://doi.org/10.32718/nvlvet-e9302>.

2. Сендецька С. В. Брендінг у діяльності виробників продукції птахівництва. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2018. Т. 20, № 86. С. 83-87.

3. Сендецька С. В. Соціальна реклама і її вплив на здоровий спосіб життя студентської молоді. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2018. Т. 20, № 91. С. 42-45.

4. Сендецька С. В. Сучасний стан та перспективи розвитку світового ринку м'яса птиці. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2017. Т. 19, № 76. С. 96-99.

5. Сендецька С. В. Дослідження українського ринку яєць та яйцепродуктів. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2017. Т. 19, № 81. С. 102-106.

6. Сучасний стан та перспективи розвитку рекламного ринку України і світу. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2016. Т. 18, №2 (69). С. 132-135.

7. Сендецька С. В. Дослідження ефективності брендінгу на ринку молокопереробної продукції. Науковий вісник Львівського

						<p>національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Львів, 2016. Т. 18, № 1 (65), Ч.4. С. 219-222.</p> <p>Автор монографії: Сендецька С.В. Економічний механізм формування і функціонування ринку продукції птахівництва: монографія. Львів: Галицька видавнича спілка, 2013. 200 с.</p> <p>За останні п'ять років опубліковано більше трьох навчально-методичних посібників.</p> <p>Науковий керівник студентки Ткачик Я., наукова робота якої «Формування стратегій брендингу» у 2016 році визнана призером І туру (диплом І ступеня) Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт.</p> <p>Член Української асоціації маркетингу. Здійснювала наукове консультування ТзОВ «Кармен-Захід», на замовлення якого виконувалась госпдоговірна наукова робота.</p> <p>Забезпечується виконання підпунктів 2, 3, 10, 13, 14, 16, 18 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.</p>	
178785	Музика Павло Михайлович	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет економіки та менеджменту	<p>Диплом доктора наук ДД 005750, виданий 12.04.2007,</p> <p>Диплом кандидата наук КН 008722, виданий 09.10.1995,</p> <p>Атестат доцента 02ДЦ 014544, виданий 16.06.2005,</p> <p>Атестат професора 12ПР 005965, виданий 19.02.2009</p>	18	Товарна інноваційна політика	<p>Співатор п'яти наукових публікацій у фахових виданнях України:</p> <p>1. Музика П. М., Тучак-Петраш Н. В. Стратегія сопереробного підприємства ТОВ «Рентком» в умовах інноваційного розвитку. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». Том 12. №4(64). 2015. С.296-300.</p> <p>2. Музика П.М. Оптові ринки сільськогосподарської продукції: стратегія побудови і функціонування. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». 2014. Т. 16. № 3 (60). С. 140-147.</p> <p>3. Музика П.М. Гончерно Л.В., Бардин О.Б. Вплив витрат виробництва на ефективність діяльності</p>

великих аграрних формувань в ринкових умовах. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». 2015. Т. 17. № 4 (64). С. 289-295.

4. Музыка П.М. Кцюмбас І. Я., Гарвас Г. Д. Перспективи формування кластерної структури в галузі ветеринарної фармації в Україні. Економіка АПК.2018. №10. С. 64-71.

5. Музыка П. М., Музичка Ю. М., Дадак О. О. Стан та тенденції розвитку ринку аграрного страхування України. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки». 2019. Т. 21 №92. С. 125-128.

Під керівництвом Музики П. М. чотири аспіранти захистили дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук.

Керівник держбюджетної науково-дослідної роботи на тему: «Основні напрями інноваційного розвитку виробництва та переробки продукції агропродовольчого підкомплексу» (держ. реєстр. № 0116U004283).

Автор навчально-методичних розробок:  
1.Музыка П.М. Світове сільське господарство: методичні рекомендації для самостійного вивчення курсу. Львів, 2017. 32 с.

2. Музыка П. М. Товарна інноваційна політика: методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни. Львів, 2017. 38 с.

3. Музыка П. М. Інноваційний розвиток підприємства: методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни. Львів, 2017. 42 с.

4. Музыка П.М. Інноваційний розвиток підприємства: методичні рекомендації для виконання практичних завдань. Львів, 2019. 42 с.

Студенти-гуртківці, наукове керівництво якими здійснює Музыка П. М. постійно займають

							призові місця за результатами I етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт. Голова агарної палати Львівської області Експерт – дорадник Львівської дорадчої служби. Забезпечується виконання підпунктів 2, 4, 8, 10, 13, 16, 18 п. 30 Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.
--	--	--	--	--	--	--	---

**Таблиця 3.** Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному у стандарті вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
<i>Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</i>	☒	Методологія прикладних досліджень у маркетингу	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі визначеного навчальною програмою навчального матеріалу і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Маркетингова політика розподілу	Лекція, презентація унаочнень; виконання практичних завдань, вправ, тестів; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково-пошуковий методи самостійної роботи.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Рекламний менеджмент	Пояснення, лекція, ілюстрація навчального матеріалу, практична робота, вправи; частково-пошуковий метод під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Дослідницько-аналітична практика	Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників	Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.

			впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	
		Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.
<i>Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</i>	☒	Маркетинг відносин	Словесні (лекція), наочні (ілюстрація навчального матеріалу), практичні (виконання практичних завдань), аналітичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний, проблемний та частково-пошуковий методи навчання.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, оцінювання індивідуального навчально-дослідного завдання, диференційований залік.
		Соціальна відповідальність	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
<i>Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</i>	☒	Маркетинговий менеджмент	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.

<p><i>Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Підготовка кваліфікаційної роботи</p>	<p>Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).</p>	<p>Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.</p>
		<p>Маркетинговий менеджмент</p>	<p>Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.</p>	<p>Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.</p>
		<p>Стратегічний маркетинг</p>	<p>Лекція, демонстрація унаочнень, практичні роботи; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково-пошуковий методи самостійного вивчення навчального матеріалу. Для активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти проводяться семінари-дискусії, використовується кейс-метод, метод мозкового штурму, метод «переваги та недоліки», ділові ігри.</p>	<p>Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.</p>
<p><i>Р11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</i></p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Підготовка кваліфікаційної роботи</p>	<p>Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).</p>	<p>Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.</p>
		<p>Дослідницько-аналітична практика</p>	<p>Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами</p>	<p>Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від</p>



			під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.
		Стратегічний маркетинг	Лекція, демонстрація унаочнень, практичні роботи; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково-пошуковий методи самостійного вивчення навчального матеріалу. Для активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти проводяться семінари-дискусії, використовується кейс-метод, метод мозкового штурму, метод «переваги та недоліки», ділові ігри.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Рекламний менеджмент	Пояснення, лекція, ілюстрація навчального матеріалу, практична робота, вправи; частково-пошуковий метод під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Маркетинговий менеджмент	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
Рю. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	☒	Соціальна відповідальність	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Маркетинговий менеджмент	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний	Оцінювання результатів навчання студентів

			метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.
		Рекламний менеджмент	Пояснення, лекція, ілюстрація навчального матеріалу, практична робота, вправи; аналітико-синтетичний, індуктивний та дедуктивний методи пізнання; частково-пошуковий метод під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
<i>Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</i>	☒	Дослідницько-аналітична практика	Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.
		Товарна інноваційна політика	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Маркетингова політика розподілу	Лекція, презентація унаочнень; виконання практичних завдань, вправ, тестів; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково- пошуковий методи самостійної роботи.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.

		Рекламний менеджмент	Пояснення, лекція, практична робота, вправи; частково-пошуковий метод під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Маркетинговий менеджмент	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	☒	Маркетинг відносин	Словесні (лекція), наочні (ілюстрація навчального матеріалу), практичні (виконання практичних завдань), аналітичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний, проблемний та частково-пошуковий методи навчання.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, оцінювання індивідуального навчально-дослідного завдання, диференційований залік.
		Маркетинговий менеджмент	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Соціальна відповідальність	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу,

				визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
<i>Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</i>	☒	Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.
		Дослідницько-аналітична практика	Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.
		Методологія прикладних досліджень у маркетингу	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі визначеного навчальною програмою навчального матеріалу і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Стратегічний маркетинг	Демонстрація унаочень, аналітико- синтетичний метод пізнання; проблемний та частково-пошуковий методи самостійного вивчення навчального матеріалу.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
<i>Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</i>	☒	Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.

			маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	
		Дослідницько-аналітична практика	Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.
		Товарна інноваційна політика	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Стратегічний маркетинг	Лекція, демонстрація унаочнень, практичні роботи; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково- пошуковий методи самостійного вивчення навчального матеріалу. Для активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти проводяться семінари-дискусії, використовується кейс-метод, метод мозкового штурму, метод «переваги та недоліки», ділові ігри.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Маркетингова політика розподілу	Лекція, презентація унаочнень; виконання практичних завдань, вправ, тестів; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково- пошуковий методи самостійної роботи.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Рекламний менеджмент	Пояснення, лекція, ілюстрація навчального матеріалу, практична робота, вправи; частково-пошуковий метод під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
<i>Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</i>	☒	Дослідницько-аналітична практика	Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.
		Методологія прикладних досліджень у маркетингу	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на

			самостійного освоєння навчального матеріалу.	меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі визначеного навчальною програмою навчального матеріалу і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Товарна інноваційна політика	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Стратегічний маркетинг	Лекція, демонстрація унаочнень, практичні роботи; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково- пошуковий методи самостійного вивчення навчального матеріалу. Для активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти проводяться семінари-дискусії, використовується кейс-метод, метод мозкового штурму, метод «переваги та недоліки», ділові ігри.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Маркетингова політика розподілу	Лекція, презентація унаочнень; виконання практичних завдань, вправ, тестів; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково- пошуковий методи самостійної роботи.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Рекламний менеджмент	Пояснення, виконання практичних завдань та вправ, аналітико-синтетичний метод пізнання під час аудиторних занять; проблемний та частково-пошуковий методи пізнання під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.
Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового	☒	Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи

<p>суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p>			<p>опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).</p>	<p>на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.</p>
		Рекламний менеджмент	<p>Читання лекцій, ілюстрування навчального матеріалу рисунками та схемами; аналітико-синтетичний метод пізнання; частково-пошуковий метод під час самостійної роботи студента.</p>	<p>Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.</p>
		Маркетинговий менеджмент	<p>Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.</p>	<p>Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.</p>
<p>Рз. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	Рекламний менеджмент	<p>Аналітичний, синтетичний, індуктивний, дедуктивний методи пізнання; частково-пошуковий та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.</p>	<p>Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.</p>
		Маркетинговий менеджмент	<p>Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.</p>	<p>Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.</p>
		Підготовка кваліфікаційної роботи	<p>Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для</p>	<p>Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи</p>

			опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.
		Дослідницько-аналітична практика	Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.
		Методологія прикладних досліджень у маркетингу	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обов'язі визначеного навчальною програмою навчального матеріалу і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Маркетингова політика розподілу	Лекція, презентація унаочнень; виконання практичних завдань, вправ, тестів; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково- пошуковий методи самостійної роботи.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
<i>Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</i>	☒	Товарна інноваційна політика	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Стратегічний маркетинг	Лекція, демонстрація унаочнень, практичні роботи; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково- пошуковий методи самостійного вивчення навчального матеріалу. Для активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти проводяться семінари-дискусії, використовується	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.



	кейс-метод, метод мозкового штурму, метод «переваги та недоліки», ділові ігри.	
Маркетингова політика розподілу	Лекція, презентація унаочнень; виконання практичних завдань, вправ, тестів; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково-пошуковий методи самостійної роботи.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
Рекламний менеджмент	Пояснення, виконання практичних завдань та вправ, аналітико-синтетичний метод пізнання під час аудиторних занять; проблемний та частково-пошуковий методи пізнання під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного тестування, екзамен.
Маркетинговий менеджмент	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна
Інноваційний розвиток підприємства	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
Дослідницько-аналітична практика	Спілкування з фахівцями бази практики; робота з матеріалами та документами під наглядом фахівців; самостійна робота з аналізу й інтерпретації інформаційних матеріалів; пошукова й дослідницька робота щодо виявлення основних чинників впливу на маркетингову діяльність підприємства і її результати; виконання індивідуальних завдань; підготовка й захист звіту.	Поточний контроль керівника практики за її проходженням, відгук керівника практики від підприємства, оцінювання керівником практики щоденника практики та звіту, захист звіту про практику.

		Соціальна відповідальність	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
		Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.
Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	☒	Підготовка кваліфікаційної роботи	Самостійна робота студента, консультування керівника кваліфікаційної роботи. Самостійна робота охоплює монографічний метод (для опрацювання літературних джерел з теми роботи); статистичні методи (для нагромадження даних і їх обробки); аналізу (для виокремлення окремих складових елементів маркетингу); розрахунково-конструктивний метод та метод моделювання (для обґрунтування способів удосконалення маркетингової діяльності суб'єкта господарювання, на прикладі якого виконується робота).	Оцінювання науковим керівником окремих розділів роботи, відгук керівника роботи, заслуховування результатів виконання роботи на кафедрі, рецензування роботи, захист роботи.
		Стратегічний маркетинг	Лекція, демонстрація унаочнень, практичні роботи; аналітико-синтетичний метод пізнання; проблемний та частково-пошуковий методи самостійного вивчення навчального матеріалу. Для активізації пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти проводяться семінари-дискусії, використовується кейс-метод, метод мозкового штурму, метод «переваги та недоліки», ділові ігри.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
		Маркетинг відносин	Словесні (лекція), наочні (ілюстрація навчального матеріалу), практичні (виконання практичних завдань), аналітичний,	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, оцінювання індивідуального навчально-дослідного завдання,

	аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний, проблемний та частково-пошуковий методи навчання.	диференційований залік.
Рекламний менеджмент	Читання лекцій, ілюстрування навчального матеріалу рисунками та схемами; аналітико-синтетичний метод пізнання; частково-пошуковий метод під час самостійної роботи студента.	Поточне оцінювання знань студента під час практичних занять, проведення проміжного контролю, екзамен.
Інноваційний розвиток підприємства	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
Соціальна відповідальність	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.
Маркетинговий менеджмент	Читання лекцій, інформаційно- ілюстративний метод викладання навчального матеріалу, виконання практичних завдань та вправ, проблемний метод пізнання, проблемний та дослідницький методи самостійного освоєння навчального матеріалу.	Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним

