

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

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**«МАРКЕТИНГ»**  
**підготовки здобувачів**  
**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**за спеціальністю 075 – «Маркетинг»**  
**галузі знань 07 – «Управління та адміністрування»**  
**Кваліфікація: бакалавр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

Голова вченої ради \_\_\_\_\_ Володимир СТИБЕЛЬ  
(протокол № \_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1.09.2023 р.

Ректор \_\_\_\_\_ Володимир СТИБЕЛЬ  
(наказ № \_\_\_\_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.)

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти  
Галузь знань  
Спеціальність  
Кваліфікація

Перший (бакалаврський)  
07 – «Управління та адміністрування»  
075 – «Маркетинг»  
Бакалавр маркетингу

### РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Навчально-методичною комісією спеціальності 075 – «Маркетинг».  
Протокол № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.  
Голова навчально-методичної комісії спеціальності  
\_\_\_\_\_ С.І. Поперечний

### РЕКОМЕНДОВАНО

Навчально-методичною радою факультету економіки та менеджменту.  
Протокол № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.  
Голова навчально-методичної ради факультету економіки та менеджменту  
\_\_\_\_\_ С.І. Поперечний

### ПОГОДЖЕНО

Вченою радою факультету економіки та менеджменту  
Протокол № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.  
Голова вченої ради факультету  
\_\_\_\_\_ О.Я. Гримак

### ГАРАНТ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Доцент, завідувач кафедри маркетингу  
\_\_\_\_\_ С.І. Поперечний  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.

### ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького  
\_\_\_\_\_ І.В. Двильюк  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ р.

## ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Маркетинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 – «Маркетинг» галузі знань 07 – «Управління та адміністрування» розроблено на основі Стандарту вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 5.12.2018 р. № 1343

Розробники освітньо-професійної програми:

Поперечний С. І. – к. е. н., завідувач кафедри маркетингу (керівник групи);

Бабич Л. В. – к. е. н., доцент кафедри маркетингу;

Сендецька С. В. – к. е. н., доцент кафедри маркетингу;

Стефанишин І. М. – радник директора оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шувар»;

Булавінець А.Я. – студентка факультету економіки та менеджменту за спеціальністю «Маркетинг».

## Рецензії-відгуки роботодавців:

№	ППП	Місце праці	Посада	Шлях до рецензії, відгуків на сайті університету

## Рецензії-відгуки випускників:

№	ППП	Місце праці	Посада, виконувана робота (за умови працевлаштування)	Шлях до рецензії, відгуків на сайті університету

## 1. Профіль освітньо-професійної програми для здобуття ступеня бакалавра за спеціальністю 075 – «Маркетинг»

<b>1.1. Загальна інформація</b>	
<i>Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ</i>	Факультет економіки та менеджменту Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького
<i>Рівень вищої освіти</i>	Перший (бакалаврський) рівень
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Бакалавр
<i>Назва кваліфікації</i>	Бакалавр маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому</i>	Диплом бакалавра, одиничний
<i>Обсяг програми</i>	На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») може бути визнано та перезараховано кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): – спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; – інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС. На основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» може бути визнано та перезараховано не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти.
<i>Наявність акредитації</i>	Акредитована спеціальність «Маркетинг». Сертифікат серії НД - II № 1475458 дійсний до 1 липня 2025 р
<i>Цикл/рівень</i>	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL -6 рівень.
<i>Передумови</i>	Повна загальна середня освіта, або ступінь вищої освіти «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційний рівень молодший спеціаліст) чи «фаховий молодший бакалавр».
<i>Мова викладання</i>	Українська мова
<i>Термін дії освітньої програми</i>	До наступного планового оновлення, не перевищуючи періоду акредитації.
<i>Інтернет – адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	<a href="https://lvet.edu.ua/images/step/2022/12/02/ПРОЕКТ_OP_Marketing_Bakalavr_2023.pdf">https://lvet.edu.ua/images/step/2022/12/02/ПРОЕКТ_OP_Marketing_Bakalavr_2023.pdf</a>
<b>1.2. Мета освітньої програми</b>	
Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
<b>1.3. Характеристика програми</b>	
<i>Опис предметної області</i>	Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. 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.

<i>Орієнтація програми</i>	Програма має прикладну орієнтацію. Бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.
<i>Фокус програми</i>	Маркетингова діяльність як поведінка суб'єкта господарювання в ринковому середовищі для реалізації його економічних та соціальних інтересів. Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингова товарна політика, маркетингове ціноутворення, система маркетингових комунікацій.
<i>Особливості програми</i>	Програма ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, що визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій, логістики, інформаційних систем і технологій в маркетингу, математичних і статистичних методів з врахуванням глобалізаційних процесів. Обов'язкове проходження практики у сільськогосподарських підприємствах, підприємствах, що здійснюють переробку сільськогосподарської продукції, організаціях, що відносяться до інфраструктури аграрного ринку.
<b>1.4. Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Відповідні робочі місця у сільськогосподарських підприємствах різної форми власності, підприємствах, що здійснюють переробку сільськогосподарської продукції, організаціях, що відносяться до фізичних елементів інфраструктури аграрного ринку.
<i>Подальше навчання</i>	Можливе подальше продовження навчання за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти.
<b>1.5. Викладання та оцінювання</b>	
<i>Викладання та навчання</i>	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять. Значна частина навчального матеріалу вивчається у формі самостійної роботи на основі підручників, посібників, консультацій із викладачами, використання Інтернет-ресурсів та віртуального навчального середовища.
<i>Оцінювання</i>	Усні та письмові екзамени, заліки, захист звіту з практики, захист курсових робіт, атестаційний екзамен.
<b>1.6. Програмні компетентності</b>	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність вивіщувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<i>Загальні компетентності</i>	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
<i>Спеціальні (фахові) компетентності</i>	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

	<p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність провадити маркетингову діяльність в аграрній сфері.</p> <p>СК16. Здатність здійснювати маркетингову діяльність в процесі надання різних видів послуг у сфері виробництва та переробки сільськогосподарської продукції.</p>
<b>1.7. Програмні результати навчання</b>	
<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>P19. Використовувати набуті навички провадження маркетингової діяльності для розвитку сільськогосподарських підприємств.</p> <p>P20. Застосовувати маркетингові підходи для організації сфери послуг у сільському господарстві.</p> <p>P21. Демонструвати знання особливостей сільськогосподарського ринку.</p>	
<b>1.8. Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<i>Кадрове забезпечення</i>	Понад 90% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін, мають наукові ступені. До викладання фахових дисциплін залучаються особи, що мають значний практичний досвід роботи.
<i>Матеріально – технічне забезпечення</i>	Проведення навчальних занять та контрольних заходів забезпечене відповідними приміщеннями, площа яких перевищує встановлені норми. Більше половини навчальних аудиторій забезпечено стаціонарним мультимедійним обладнанням Усі приміщення

	відповідають будівельним та санітарним нормам. Повне забезпечення гуртожитками відповідно до потреби. Забезпеченість комп'ютерними робочими місцями та прикладними комп'ютерними програмами достатнє для виконання навчальних планів. Соціальна інфраструктура, що включає спортивний комплекс, пункти харчування, медпункт, базу відпочинку.
<i>Інформаційне та навчально – методичне забезпечення</i>	Належна забезпеченість бібліотеки підручниками та посібниками, вітчизняними і закордонними фаховими періодичними виданнями відповідного профілю, доступ до джерел Internet, авторських розробок професорсько-викладацького складу. На вебсайті університету розміщена інформація про ліцензії та сертифікати про акредитацію; навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін; графік освітнього процесу; навчальні плани; робочі програми дисциплін; навчально-методичне забезпечення з кожної дисципліни навчального плану; програма виробничої практики. Необхідні навчальні матеріали подаються у віртуальному середовищі Moodle.
<b>1.9. Академічна мобільність</b>	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького та вищими навчальними закладами України
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	На основі двосторонніх договорів між Львівським національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького та навчальними закладами країн-партнерів.
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	Можливе після вивчення курсу української мови а згідно з «Правилами прийому до Львівського національним університетом ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького»



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

## 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код навчальної компоненти	Компоненти	Обсяг кредитів ЄКТС	Семестр								Форма підсумкового контролю
			1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Обов'язкові компоненти</b>											
ОК 1.	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	x								Залік
ОК 2.	Історія України та цивілізаційний процес	4	x								Екзамен
ОК 3.	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	4	x								Залік
ОК 4.	Філософія	4	x								Екзамен
ОК 5.	Політекономія	4	x								Екзамен
ОК 6.	Соціологія	4	x								Екзамен
ОК 7.	Інформатика	7	x	x							Залік, екзамен
ОК 8.	Вища математика	8	x	x							Залік, екзамен
ОК 9.	Теорія ймовірності і математична статистика	4		x							Залік
ОК 10.	Оптимізаційні методи та моделі	4		x							Залік
ОК 11.	Макроекономіка	5		x							Екзамен
ОК 12.	Мікроекономіка	5		x							Екзамен
ОК 13.	Менеджмент	4		x							Залік
ОК 14.	Економіка підприємства	5			x						Екзамен
ОК 15.	Регіональна економіка	5			x						Екзамен
ОК 16.	Економетрика	5			x						Екзамен
ОК 17.	Міжнародна економіка	4				x					Екзамен
ОК 18.	Маркетинг	6				x					Екзамен
ОК 19.	Курсова робота з маркетингу	3				x					Захист курсової роботи
ОК 20.	Інфраструктура аграрного ринку	4				x					Екзамен
ОК 21.	Статистика	4				x					Екзамен
ОК 22.	Маркетингові дослідження	5					x				Екзамен
ОК 23.	Курсова робота з маркетингових досліджень	3					x				Захист курсової роботи
ОК 24.	Маркетингова товарна політика	5					x				Екзамен
ОК 25.	Маркетингове ціноутворення	5					x				Екзамен
ОК 26.	Маркетинг агропромислового підприємства	5						x			Екзамен
ОК 27.	Маркетингова політика комунікацій	5						x			Екзамен
ОК 28.	Інформаційні системи і технології в маркетингу	5						x			Екзамен
ОК 29.	Поведінка споживача	5							x		Екзамен
ОК 30.	Логістика	5							x		Екзамен
ОК 31.	Економіка і організація обслуговуючих кооперативів у сільському господарстві	5							x		Екзамен
ОК 32.	Міжнародний маркетинг	4								x	Екзамен
ОК 33.	Цифровий маркетинг	4								x	Екзамен
ОК 34.	Маркетинг послуг	4								x	Екзамен
ОК 35.	Виробнича практика	6								x	Захист звіту
ОК 36.	Підготовка до атестаційного екзамену	3								x	Екзамен
<b>Разом обов'язкових компонент</b>		<b>165</b>									
<b>Вибіркові компоненти</b>											
ВК 1.	Вибіркова компонента 1	3			x						Залік
ВК 2.	Вибіркова компонента 2	3			x						Залік



### **3. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

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

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

### **4. Державна атестація**

Атестація бакалаврів маркетингу здійснюється у формі атестаційного екзамену. Атестаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 – «Маркетинг» та цією освітньо-професійною програмою.





