

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

«З А Т В Е Р Д Ж У Ю»
Ректор
Національного університету
«Львівська політехніка»

_____ Бобало Ю.Я.
« ____ » _____ 2016 р.

ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

За спеціальністю 075 Маркетинг

Галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: Бакалавр з маркетингу

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради
Університету
від «__» _____ 20__ р.
протокол № _____

Львів 2016 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми**

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Перший (бакалаврський)
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 «Управління та адміністрування»
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 «Маркетинг»
КВАЛІФІКАЦІЯ	Бакалавр з маркетингу

РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

Науково-методичною комісією спеціальності 075 «Маркетинг»
Протокол № _____
від «_____» _____ 201 р.

Голова НМК спеціальності

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою університету
Протокол № _____
від «_____» _____ 201 р.

Голова НМР університету
_____ А.Г. Загородній

ПОГОДЖЕНО

Проректор з науково-педагогічної роботи Національного університету «Львівська політехніка»

_____ О.Р. Давидчак
«_____» _____ 201 р.

Начальник Навчально-методичного відділу університету

_____ В.М Свірідов
«_____» _____ 201 р.

Директор ІППТ

_____ Й.Я.Хром'як
«_____» _____ 201 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою науково-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг» Навчально-наукового Інституту підприємництва та перспективних технологій у складі:

- Козяк В.Д. – к.е.н., доцент кафедри загальноекономічної підготовки і маркетингу - гарант освітньої програми
- Лисяк Н.М. – к.е.н., доцент кафедри загальноекономічної підготовки і маркетингу
- Пирч М.І. – к.е.н., доцент кафедри загальноекономічної підготовки і маркетингу

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради Навчально-наукового Інституту підприємництва та перспективних технологій

Протокол № _____ від «_____» _____ 201 р.

Голова Вченої ради ІППТ _____ Й.Я.Хром'як
(підпис) (прізвище, ініціали)

Затверджено та надано чинності

Наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка»

від «_____» _____ 201 р. № _____

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Національного університету «Львівська політехніка».

1. Профіль програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Національний університет «Львівська політехніка»
Повна назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки
Наявність акредитації	Акредитована
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта
Мова(и) викладання	Українська мова
Основні поняття та їх визначення	У програмі використано основні поняття та їх визначення відповідно до Закону України «Про вищу освіту»
2 – Мета освітньої програми	
	Надати теоретичні знання та практичні уміння і навички, достатні для успішного виконання професійних обов'язків за спеціальністю 075 «Маркетинг» та підготувати студентів для подальшого працевлаштування за обраною спеціальністю
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність)	<ul style="list-style-type: none"> • Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. • Цілі навчання – підготовка бакалаврів із маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • Теоретичний зміст предметної області маркетингу ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, поведінки споживача, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингової політики розподілу, маркетингових комунікацій, логістики, інформаційних систем і технологій в маркетингу, цифрового маркетингу, математичних і статистичних методів у маркетингу з врахуванням глобалізаційних процесів. • Бакалавр з маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингу Ключові слова: маркетинг, комунікації, збут, товарна політика, ціноутворення, маркетингові дослідження
Особливості та відмінності	
4 – Здатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Робочі місця у сфері маркетингової діяльності, реклами, збуту: підприємства усіх форм власності, державні установи, консультування, формування та просування нових туристичних продуктів.
Подальше навчання	Бакалавр за спеціальністю «Маркетинг» може продовжити навчання за програмою другого циклу FQ-EHEA, 7 рівня EQF LLL та 7 рівня НРК
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Поєднання лекцій, практичних занять, консультацій, самостійної роботи із розв'язування проблем; виконання проєктів, лабораторні роботи, консультації із викладачами, здача кваліфікаційного екзамену
Оцінювання	Екзамени, заліки, поточний контроль, захист курсових проєктів (робіт), кваліфікаційний екзамен.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІНТ)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність до абстрактного мислення, застосування методів наукового пізнання. 2. Здатність вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї. 3. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути наполегливим у досягненні поставлених завдань і взятих обов'язків. 4. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності. 5. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення. 6. Здатність до проведення досліджень, пошуку, оброблення та аналізу інформації. 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій, пакетів прикладних програм, економіко-математичних методів та моделей. 8. Здатність професійно спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово. 9. Здатність працювати в команді та автономно, навички міжособистісної взаємодії. 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня. 11. Здатність працювати в міжнародному середовищі.

	12.Здатність діяти соціально відповідально на основі етичних принципів, прагнення до збереження довкілля.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Здатність демонструвати розуміння основ економіки та історії розвитку теорії маркетингу. 2. Здатність логічно і послідовно передавати отримані базові знання предметної області маркетингу. 3. Здатність сприймати нову інформацію й інтерпретувати її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації. 4. Здатність демонструвати розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. 5. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. 6. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. 7. Здатність демонструвати розуміння особливостей досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу. 8. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. 9. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. 10. Здатність демонструвати розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності. 11. Здатність до розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності. 12. Здатність демонструвати розуміння законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів. 13. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень. 14. Здатність провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі. 15. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
7 – Програмні результати навчання	
Знання (ЗН)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Знання основ економіки та історії розвитку теорії маркетингу. 2. Знання предметної області маркетингу. 3. Знання у галузі суміжних дисциплін і їх інтерпретація її в контексті вже засвоєної маркетингової інформації. 4. Знання сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. 5. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. 6. Знання методів, прийомів та інструментів маркетингу. 7. Знання методів досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу. 8. Знання особливостей впливу функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. 9. Знання принципів і підходів до розробки маркетингового забезпечення розвитку бізнесу.

	<p>10. Розуміння маркетингового забезпечення інноваційної діяльності.</p> <p>11. Знання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень</p> <p>12. Знання законів та закономірностей функціонування ринку, поведінки його суб'єктів.</p> <p>13. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень.</p> <p>14. Знання принципів здійснення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>15. Поглиблені знання у сфері маркетингу та його функціональний складових</p>
<p>Уміння (УМ)</p>	<p>1. Показати належний рівень знань у сфері маркетингу, стійке розуміння принципів побудови й розвитку його теорії.</p> <p>2. Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>6. 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>7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>9. Усвідомлювати ризиковий характер провадження маркетингової діяльності, враховувати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>10. 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>11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>12. Набути навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>14. Виконувати функціональні обов'язки в групі під керівництвом лідера, приймати нестандартні маркетингові рішення.</p>

Комунікація (КОМ)	1. Оволодіти навичками письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології
Автономія і відповідальність (АіВ)	1. Підвищувати рівень особистої професійної підготовки 2. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань, поваги до різноманіття та міжкультурності
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Специфічні характеристики кадрового забезпечення	70% науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання професійно-орієнтованих дисциплін зі спеціальності 075 «Маркетинг» мають наукові ступені та вчені звання.
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення	Сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	Використання віртуального навчального середовища Національного університету «Львівська політехніка» та авторських розробок науково-педагогічних працівників.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та університетами України.
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе, після вивчення курсу української мови.

2. Розподіл змісту освітньо-професійної програми за групами компонентів та циклами підготовки

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	2	3	4	5
1.	Цикл загальної підготовки	83/35	8/3	91/38
2.	Цикл професійної та практичної підготовки	97/40	52/22	149/62
Всього за весь термін навчання		180/75	60/25	240/100

3. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти спеціальності			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
СК1.	Іноземна мова (за проф..спрямуванням) ч.1	5	Залік
СК2.	Українська мова (за проф.спрямуванням)	3	Екзамен
СК3.	Історія державності та культури України	5	Екзамен
СК4.	Політологія	4	Екзамен
СК5.	Філософія	3	Екзамен
СК6.	Математика для економістів, частина 1	6	Екзамен
СК7.	Іноземна мова (за проф..спрямуванням) ч.2	4	Екзамен
СК8.	Інформатика для економістів	5	Залік
СК9.	Політична економія	6	Екзамен
СК10.	Математика для економістів, частина 2	6	Екзамен
СК11.	Прикладна інформатика	4	Залік
СК12.	Мікроекономіка	6	Екзамен
СК13.	Економіко-математичні методи і моделі, ч.1 (економетрія)	5	Залік
СК14.	Психологія управління	4	Залік
СК15.	Економіко-математичні методи і моделі, ч.2 (оптимізаційні методи і моделі)	5	Залік
СК16.	Макроекономіка	6	Екзамен
СК17.	Регіональна економіка	6	Залік
Всього за цикл:		83	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
СК18.	Бізнес-планування	6	Екзамен
СК19.	Фінанси	6	Екзамен
СК20.	Економіка підприємства	6	Екзамен
СК21.	Менеджмент	6	Екзамен
СК22.	Маркетинг	5	Екзамен
СК23.	Маркетингові дослідження	6	Залік
СК24.	Логістика	6	Екзамен
СК25.	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
СК26.	Маркетингова політика комунікацій	5	Екзамен
СК27.	Маркетингове ціноутворення	5	Екзамен
СК28.	Історія економіки та теорії маркетингу	6	Екзамен
СК29.	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен
СК30.	Бухгалтерський облік	5	Залік
СК31.	Товарознавство	5	Екзамен
СК32.	Організація досліджень на ринку товарної продукції	3	Залік
СК33.	Основи охорони праці та БЖД	3	Залік
СК34.	Виробнича практика	10,5	Залік
СК.35.	Державна атестація	1,5	Екзамен
Всього за цикл:		97	
Всього за групу компонентів:		180	

1	2	3	4
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Вибіркові блоки компонентів			
	<i>1. Цикл загальної підготовки</i>	8	
Всього за цикл:		8	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
<i>Компоненти вибіркового блоку 01:</i>			
ВБ.1	Просторова економіка	5	Екзамен
ВБ.2	Електронний маркетинг	6	Екзамен
ВБ.3	Управління якістю	6	Екзамен
ВБ.4	Психологія ведення переговорів	5	Залік
ВБ.5	Естетика товарів та дизайн	6	Залік
ВБ.6	Практика і технологія продажів	6	Екзамен
ВБ.7	Маркетинговий аналіз	6	Екзамен
ВБ.8	Міжнародна економіка	6	Екзамен
Всього за цикл:		46	
<i>Компоненти вибіркового блоку 02:</i>			
ВБ.1	Рекламний менеджмент	5	Екзамен
ВБ.2	Маркетинг послуг	6	Залік
ВБ.3	Основи дизайну в рекламі	6	Екзамен
ВБ.4	Стандартизація та управління якістю продукції	5	Екзамен
ВБ.5	Міжнародний маркетинг	6	Екзамен
ВБ.6	Мерчандайзинг	6	Екзамен
ВБ.7	Маркетингова політика збуту	6	Екзамен
ВБ.8	Паблік-релейшинс	6	Залік
Всього за цикл:		46	
Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм			
ВБ.9.		6	Екзамен
Всього за вибіркові компоненти		60	
Всього за освітньо-професійну програму		240	

4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності рівня та обсягу знань, умінь та компетентностей здобувача вищої освіти, що навчається за освітньою програмою вимогам стандартів вищої освіти.

Атестація бакалаврів з маркетингу здійснюється у формі кваліфікаційного екзамену. Кваліфікаційний екзамен передбачає оцінювання результатів навчання, визначених даною освітньою програмою, та завершується видачею документів встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра з присвоєнням кваліфікації: бакалавр з маркетингу.

5. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ПРОГРАМНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ НАВЧАЛЬНИМ КОМПОНЕНТАМ

	ІК	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14	ФК15
СК1.		+	+						+	+	+	+	+															
СК.6	+	+					+	+										+						+				
СК.9		+	+		+	+								+				+							+			
СК16		+	+		+	+								+				+							+			
СК17.		+	+			+								+				+							+			
СК18	+					+										+					+	+					+	+
СК19		+	+			+								+				+							+			
СК20	+	+	+			+								+				+							+			
СК21						+						+																
СК22		+			+	+								+	+		+	+	+		+	+	+		+			
СК23	+					+	+	+											+		+	+	+			+		
СК24	+				+	+										+			+									
СК25	+				+	+											+		+		+	+						
СК26	+				+	+											+	+	+	+	+	+						
СК27	+				+	+											+		+		+	+						
СК28	+				+	+											+	+	+		+	+			+			
СК29	+	+			+	+											+	+	+		+	+	+		+	+	+	+
СК30																												
СК31	+					+											+		+		+	+						
СК32	+				+	+	+	+				+			+		+		+	+	+	+				+		
СК33						+																						
СК34		+	+			+				+	+				+								+					
СК35		+				+				+	+			+	+	+	+						+		+			
ВБ.1						+							+					+										
ВБ.2		+				+										+												
ВБ.3					+	+										+					+	+						
ВБ.4						+							+			+		+	+									
ВБ.5						+										+		+	+				+					
ВБ.6	+				+	+													+			+						
ВБ.7	+					+	+			+	+										+		+			+		
ВБ.8	+					+		+								+			+			+		+			+	
ВБ.1																												
ВБ.2																												
ВБ.3						+										+		+	+				+					
ВБ.4	+				+	+													+			+						
ВБ.5	+					+						+					+		+			+						+
ВБ.6								+						+											+			
ВБ.7	+				+	+													+			+						
ВБ.8						+							+			+		+	+									

**6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання
відповідним компонентам освітньої програми**

ЗН1	•	•	•	•	•	•	•		•						•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗН2	•	•	•	•	•	•					•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗН3	•	•		•		•	•		•						•			•		•		•	•	•
ЗН4	•			•		•		•	•			•	•				•	•	•		•			•
ЗН5		•	•	•	•	•	•			•	•			•			•		•		•	•	•	
ЗН6		•	•	•	•	•	•					•	•				•		•		•	•		
ЗН7		•			•	•		•	•					•	•		•						•	
ЗН8		•			•	•		•															•	
ЗН9				•	•	•	•	•	•													•		
ЗН10	•				•	•		•	•	•					•	•							•	
ЗН11		•				•						•	•	•	•			•	•	•			•	•
ЗН12		•	•	•		•	•		•				•	•		•		•	•	•	•	•		•
УМ1	•		•	•		•		•	•						•		•		•	•	•	•	•	•
УМ2		•		•		•			•				•				•	•			•	•		
УМ3	•			•	•	•		•	•			•	•		•	•		•				•		
УМ4				•	•	•	•	•		•						•						•		
УМ5		•		•					•					•				•		•			•	•
УМ6		•	•	•	•	•		•	•			•	•				•	•	•	•	•	•		•
УМ7				•		•	•	•	•				•	•	•	•		•	•	•			•	•
УМ8			•		•					•			•	•					•		•			
УМ9	•		•		•	•								•	•	•		•		•	•		•	•
УМ10	•	•				•		•	•						•			•		•				•
УМ11		•	•		•	•	•	•	•				•	•	•			•	•		•		•	
УМ12	•	•		•				•	•					•	•			•		•		•		•
КОМ1		•	•	•	•	•					•	•	•	•	•		•		•		•	•	•	
КОМ2		•	•	•		•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
АіВ1	•	•	•		•			•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•
АіВ2	•			•		•		•			•	•	•		•	•		•			•	•		
АіВ3		•	•		•		•			•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•		
АіВ4	•	•	•		•	•	•	•		•					•	•		•	•	•				•