

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

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор  
Національного університету  
«Львівська політехніка»

\_\_\_\_\_ /Бобало Ю.Я./  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
«МАРКЕТИНГ»**

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Другий (магістерський) рівень

(назва рівня вищої освіти)

**СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Магістр

(назва ступеня вищої освіти)

**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ**

07 – «Управління та адміністрування»

(шифр та назва галузі знань)

**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

075 – «Маркетинг»

(код та найменування спеціальності)

Розглянуто та затверджено  
Вченою радою Університету  
(протокол № \_\_\_\_\_  
від «» 2023 р.)

Львів 2023 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-професійної програми**

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	Магістр
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	07 Управління та адміністрування
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	075 Маркетинг
Кваліфікація	Магістр маркетингу

**РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО**

Науково-методичною комісією спеціальності 075 Маркетинг  
Протокол № \_\_\_\_  
від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Голова НМК спеціальності  
\_\_\_\_\_ Є.В.Крикавський

**РЕКОМЕНДОВАНО**

Науково-методичною радою університету  
Протокол № \_\_\_\_  
від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Голова НМР університету  
\_\_\_\_\_ А.Г. Загородній

**ПОГОДЖЕНО**

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

\_\_\_\_\_ О.Р. Давидчак  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Начальник Навчально-методичного відділу університету

\_\_\_\_\_ В.М Свірідов  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Директор ІНЕМ

\_\_\_\_\_ О.Є. Кузьмін  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.2019 р.

Розроблено робочою групою науково-методичної комісії спеціальності 075 «Маркетинг» Національного університету «Львівська політехніка» у складі:

- Косар Н.С. – гарант освітньо-професійної програми, к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики;
- Крикавський Є.В. – д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу і логістики;
- Гринкевич С. С. – д.е.н., проф. кафедри маркетингу і логістики;
- Мних О.Б. – д.е.н., проф. кафедри маркетингу і логістики;
- Глинський Н.Ю. – к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики;
- Гайванович Н.В. – к.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики;
- Карпій О.П. – к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу і логістики;
- Андрющенко О.В. – виконавчий директор ТзОВ «Аккорд-тур»;
- Заяць Г.О. – заст. начальника управління економіки, начальник відділу ділових індустрій ЛМР;
- Вірт М.Я. – к.е.н., директор ПП «ВІКНА-ЦЕНТР»;
- Лазоренко І.О. – економіст ТОВ «БУДІВЕЛЬНИЙ АЛЬЯНС МОНТАЖПРОЕКТ»;
- Бабич О. В. – студентка групи МКМА-21 другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»

Гарант ОПП

\_\_\_\_\_ Косар Н.С.

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради Інституту економіки та менеджменту Національного університету «Львівська політехніка».

Протокол № \_\_ від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Голова Вченої ради ІНЕМ \_\_\_\_\_ О.Є. Кузьмін

#### ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

Наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка»

від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р. № \_\_\_\_\_

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

# 1. Профіль освітньо-професійної програми магістра з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Національний університет «Львівська політехніка»
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Магістр
<b>Галузь знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Освітня кваліфікація</b>	Магістр маркетингу
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	Маркетинг Marketing
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1,5 роки Не менше 35% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти
<b>Наявність акредитації</b>	Акредитована
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність ступеня бакалавра
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Денна і заочна
<b>Мова(и) викладання</b>	Українська мова
<b>Основні поняття та їх визначення</b>	У програмі використано основні поняття та їх визначення відповідно до Закону України «Про вищу освіту», а також Стандарту вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 - Маркетинг.
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
	Підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними програмними компетентностями (загальними та професійними), необхідними для творчого та ефективного вирішення складних дослідницьких та інноваційних задач і практичних проблем у сфері маркетингу.
<b>3 - Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область</b>	<b>Об'єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <b>Цілі навчання:</b> 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.

	<p><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу; 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.</p> <p><b>Методи, методики та технології:</b> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p> <p><b>Інструменти та обладнання:</b> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма базується на загальновідомих положеннях та результатах сучасних наукових досліджень у сфері маркетингу та орієнтує на дослідницьку та практичну діяльність, що поглиблює фаховий світогляд та забезпечує можливість подальшої професійної та наукової кар'єри в закладах вищої освіти і науково-дослідних установах, у бізнес-структурах, державних установах та громадських організаціях.
<b>Основний фокус освітньої програми</b>	Освітньо-професійна програма репрезентує спеціальну освіту та професійну підготовку магістрів за чотирма актуальними практичними лініями: маркетинг, маркетинг послуг, маркетинг у сфері торгівлі, маркетингова логістика. <b>Ключові слова:</b> маркетинг, маркетинговий менеджмент, інновації, стратегія маркетингу, рекламний менеджмент.
<b>Особливості програми</b>	Особливостями ОПП є використання багатопрофільної системи теоретичної та практичної підготовки, при формуванні якої пропонуються дисципліни, що дають можливість застосовувати омніканальний підхід до здійснення маркетингової діяльності підприємства, формувати адаптивний маркетинговий інструментарій ринкового суб'єкта. Попри універсальний інструментарій маркетингу ОПП націлена на забезпечення академічної свободи студентів через можливість вибору шляху власного професійного розвитку - вибору однієї із професійних ліній, які відображають різні сфери господарської діяльності.
<b>4 – Здатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Робочі місця у приватному та публічному секторах, у різних галузях економіки на керівних посадах у сфері внутрішнього та міжнародного маркетингу, управління структурними підрозділами з маркетингу, широким спектром процесів та операцій у наданні маркетингових послуг, а також у закладах вищої освіти на посадах викладачів, наукових співробітників.
<b>Академічні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Поєднання лекційних, практичних, лабораторних занять, консультацій із науково-педагогічними працівниками та практикуючими фахівцями із самостійною навчально-дослідною

	роботою, написання курсових проєктів, проходження практики та виконання магістерської кваліфікаційної роботи. Залучення студентів до участі у конкурсах та олімпіадах, наукових конференціях. Застосовуються інноваційні технології дистанційного навчання.
<b>Оцінювання</b>	Екзамени - письмово-усна форма (тестування, відповіді на проблемні ситуації та питання, розв'язання задач, усне опитування), заліки, поточний контроль, захист курсових проєктів, лабораторних, контрольних та індивідуальних робіт, звітів про проходження практики. Підсумкова атестація – захист магістерської кваліфікаційної роботи.
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність (ІНТ)</b>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними. ЗК9. Здатність до постійного самовдосконалення та оволодіння сучасними знаннями.
<b>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</b>	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

<p><b>Фахові компетентності професійного спрямування (ФКП)</b></p>	<p style="text-align: center;"><i>Лінія. Маркетинг</i></p> <p>ФКП 1. Здатність до організації та управління маркетинговими і логістичними проектами.</p> <p>ФКП 2. Здатність застосовувати омніканальний підхід до організації маркетингової діяльності підприємства.</p> <p style="text-align: center;"><i>Лінія.Маркетинг послуг</i></p> <p>ФКП 3. Здатність формувати адаптивний маркетинговий інструментарій ринкового суб'єкта, зайнятого у сфері нематеріального виробництва.</p> <p>ФКП 4. Здатність організувати ефективну систему обслуговування клієнтів.</p> <p style="text-align: center;"><i>Лінія. Маркетинг у сфері торгівлі</i></p> <p>ФКП 5. Здатність до формування та реалізації комплексу маркетингу торговельного підприємства.</p> <p>ФКП 6. Здатність розробляти та втілювати в життя заходи, спрямовані на формування позитивного споживчого досвіду в каналах розподілу продукції.</p> <p style="text-align: center;"><i>Лінія. Маркетингова логістика</i></p> <p>ФКП7. Уміння здійснювати стратегічне, операційне та поточне планування логістичної діяльності, забезпечувати організаційну підтримку логістичних показників.</p> <p>ФКП8. Здатність інтегрувати критерії ефективності діяльності ринкового суб'єкта у маркетинговому та логістичному вимірах.</p>
<p><b>7 – Програмні результати навчання</b></p>	
<p><b>Програмні результати навчання (ПРН)</b></p>	<p>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу</p> <p>ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p>



	<p>ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p> <p>ПРН 16. Знати та розуміти важливість соціальної відповідальності за прийняті рішення, дотримуватись морально-культурних цінностей.</p>
<p><b>Програмні результати навчання професійного спрямування (ПРНС)</b></p>	<p style="text-align: center;"><i>Лінія. Маркетинг</i></p> <p>ПРНС 1. Вміти демонструвати поглиблені знання теоретичних та методичних основ розроблення комплексного механізму реалізації маркетингових та логістичних проектів.</p> <p>ПРНС 2. Вміти визначати цільову аудиторію заходів просування, формувати та реалізувати медіа-кампанії на принципах омніканальності, визначати їхні проміжні та підсумкові результати.</p> <p style="text-align: center;"><i>Лінія. Маркетинг послуг</i></p> <p>ПРНС 3. Вміти здійснювати заходи з системної оптимізації діяльності підприємства у сфері обслуговування клієнтів.</p> <p>ПРНС 4. Знати сучасні концепції та технології комплексного обслуговування споживачів із використанням критеріїв системної оптимізації роботи ринкового суб'єкта.</p> <p style="text-align: center;"><i>Лінія. Маркетинг у сфері торгівлі</i></p> <p>ПРНС 5. Вміти органічно та ефективно поєднувати інструменти маркетингової товарної, цінової, комунікаційної та політики розподілу торговельного підприємства.</p> <p>ПРНС 6. Знати та розуміти актуальні теоретико-практичні підходи до організації маркетингової політики розподілу та формування оптимальних каналів розподілу товарів.</p> <p style="text-align: center;"><i>Лінія. Маркетингова логістика</i></p> <p>ПРНС 7. Розробляти стратегічні, оперативні та поточні плани логістичної діяльності підприємства.</p> <p>ПРНС 8. Уміти демонструвати поглиблені знання методичного інструментарію оцінювання маркетингових рішень, їх впливу на фінансові показники логістичної діяльності підприємства та його ринкові позиції.</p>
<p><b>Комунікація (КОМ)</b></p>	<p>КОМ1. Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема, до осіб, які навчаються.</p> <p>КОМ2. Використання іноземних мов у професійній діяльності.</p>
<p><b>Автономія і відповідальність (АіВ)</b></p>	<p>АіВ1. Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування.</p> <p>АіВ2. Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди</p>

	АіВ3. Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним.
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Специфічні характеристики кадрового забезпечення</b>	90 % науково-педагогічних працівників, задіяних до викладання професійно-орієнтованих дисциплін зі спеціальності 075 «Маркетинг», мають наукові ступені та вчені звання. Усі науково-педагогічні працівники пройшли відповідні стажування та підвищення кваліфікації, у т.ч. закордонні, деякі з них мають досвід роботи за фахом.
<b>Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення</b>	Використання лекційних аудиторій, обладнаних мультимедійною технікою, лабораторій для проведення лабораторних і практичних занять з використанням ПК. Використання сучасних прикладних програм та програмних продуктів: MS Office, MS Project, MS Visio, «Diamond» FMS, SPSS, Survey Monkey.
<b>Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення</b>	Використання платформи дистанційного навчання «Віртуальне навчальне середовище» НУ «Львівська політехніка» та авторських розробок науково-педагогічних працівників – конспектів лекцій з дисциплін, методичних вказівок, підручників та навчальних посібників з грифом МОН України та грифом Вченої ради НУ «Львівська політехніка».
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та університетами України.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів.
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	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	3/3	3/3	6/6
2.	Цикл професійної підготовки	63/70	21/24	84/94
<b>Всього за весь термін навчання</b>		<b>66/73</b>	<b>24/27</b>	<b>90/100</b>

### 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
<b>Обов'язкові компоненти спеціальності</b>			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
СК1.1.	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	диф. залік
<b>Всього за цикл:</b>		<b>3</b>	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
СК2.1.	Управління інноваційним розвитком підприємства	4	екзамен
СК2.2.	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
СК2.3.	Рекламний менеджмент	4	екзамен
СК2.4.	Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент	5	екзамен
СК2.5.	Фінансовий менеджмент	4	диф. залік
СК2.6.	Соціальна відповідальність бізнесу	6	екзамен
СК2.7.	Стратегічний маркетинг та стратегічний менеджмент(КП)	3	диф. залік
СК2.8.	Рекламний менеджмент (КП)	3	диф. залік
СК2.9.	Практика за темою магістерської кваліфікаційної роботи	12	диф. залік
СК2.10	Виконання магістерської кваліфікаційної роботи	15	
СК2.11	Захист магістерської кваліфікаційної роботи	3	
<b>Всього за цикл:</b>		<b>63</b>	
<b>Всього за групу компонентів:</b>		<b>66</b>	
<b>Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми</b>			
<i>Вибіркові компоненти циклу загальної підготовки</i>			
<b>Всього за цикл:</b>		<b>3</b>	<b>диф.залік</b>
<b>Вибіркові компоненти</b>			
<i>Вибіркові компоненти лінії«Маркетинг»</i>			
ВБ1.1.	Управління проектами	5	екзамен
ВБ1.2.	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ВБ1.3.	Медіа-планування	4	екзамен
ВБ1.4.	Управління проектами (КП)	3	диф. залік
<i>Вибіркові компоненти лінії «Маркетинг послуг»</i>			
ВБ2.1.	Маркетинг професійних послуг	5	екзамен
ВБ2.2.	Маркетингове консультування	4	екзамен
ВБ2.3.	Прямий маркетинг	4	екзамен
ВБ2.4.	Маркетинг професійних послуг (КП)	3	диф. залік
<i>Вибіркові компоненти лінії«Маркетинг у сфері торгівлі»</i>			
ВБ3.1.	Комерційна діяльність посередницьких організацій	5	екзамен
ВБ3.2.	Управління асортиментом	4	екзамен
ВБ3.3.	Управління маркою	4	екзамен
ВБ3.4.	Комерційна діяльність посередницьких організацій (КП)	3	диф. залік
<i>Вибіркові компоненти лінії«Маркетингова логістика»</i>			
ВБ4.1.	Управління ланцюгами поставок	5	екзамен
ВБ4.2.	Логістика електронної торгівлі	4	екзамен
ВБ4.3.	Логістичні системи	4	екзамен
ВБ4.4.	Логістичні системи (КП)	3	диф. залік

<b>Всього:</b>		<b>16</b>	
<b>Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм</b>			
Всього:		5	диф. залік
<b>Всього за вибіркові компоненти</b>		<b>24</b>	
<b>Всього за освітньо-професійну програму</b>		<b>90</b>	

#### 4. Форма атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.</p> <p>Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті Національного університету «Львівська політехніка» або розміщена в його репозитарії. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.</p>

## 5. Матриця відповідності програмних компетентностей навчальним компонентам

	СК1.1.	СК2.1.	СК2.2.	СК2.3.	СК2.4.	СК2.5.	СК2.6.	СК2.7.	СК2.8.	СК2.9.	СК2.10.	СК2.11.	ВБ1.1.	ВБ1.2.	ВБ1.3.	ВБ1.4.	ВБ2.1.	ВБ2.2.	ВБ2.3.	ВБ2.4.	ВБ3.1.	ВБ3.2.	ВБ3.3.	ВБ3.4.	ВБ4.1.	ВБ4.2.	ВБ4.3.	ВБ4.4.
ІНТ	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ЗК1			•	•	•	•		•	•		•			•	•		•					•			•	•	•	•
ЗК2		•		•					•		•	•						•									•	•
ЗК3										•			•	•							•	•	•	•				
ЗК4		•	•		•		•	•		•							•		•				•	•				
ЗК5	•		•	•				•	•	•	•	•	•		•		•		•				•	•			•	•
ЗК6	•	•		•	•	•		•	•		•		•	•		•	•	•			•	•		•				
ЗК7							•			•							•				•							
ЗК8										•		•	•	•	•		•									•	•	•
ЗК9			•	•			•		•	•	•						•											
ФК1		•	•	•					•		•	•	•	•		•	•				•							
ФК2			•				•			•	•							•								•		
ФК3		•						•	•	•	•					•					•		•					•
ФК4		•		•					•		•							•		•								
ФК5			•	•	•	•		•	•	•	•						•				•	•		•				
ФК6			•										•			•	•		•	•					•	•	•	•
ФК7				•	•	•	•		•	•							•									•	•	•
ФК8			•			•	•			•			•	•				•		•	•	•	•	•				
ФК9	•		•					•	•	•	•					•								•				
ФКП1		•								•	•		•	•		•												
ФКП2			•	•					•						•													
ФКП3							•										•	•	•	•	•			•				
ФКП4			•							•							•	•	•	•	•							
ФКП5				•																	•	•	•	•				
ФКП6																					•							
ФКП7													•												•	•	•	•
ФКП8						•																			•	•	•	•

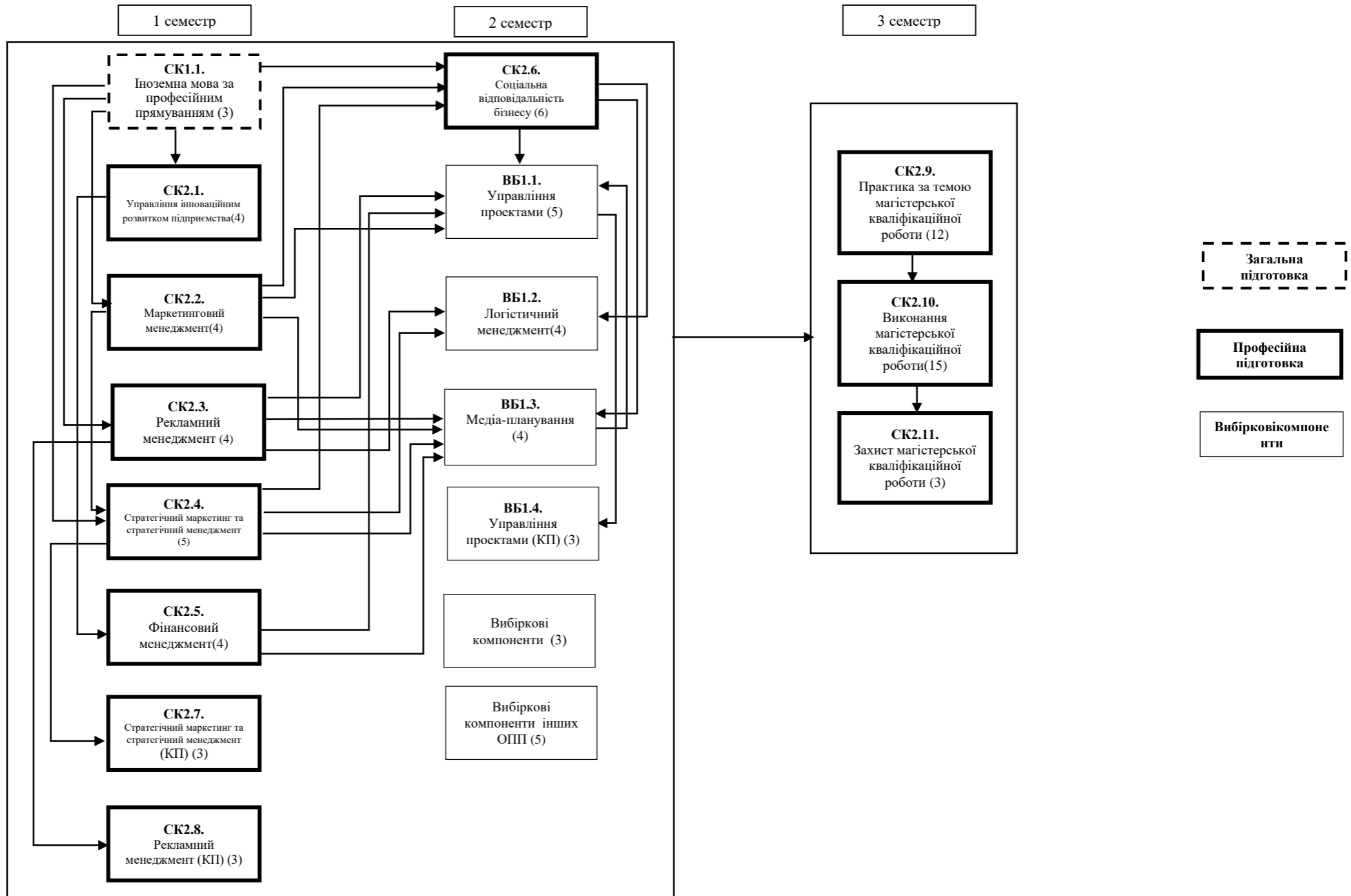
**Умовні позначення:** СКі – обов’язкова дисципліна, ВБі – вибіркова дисципліна, і – номер дисципліни у переліку компонент освітньої складової, ІНТ – інтегральна компетентність, ЗКj – загальна компетентність, ФКj – фахова компетентність спеціальності, ФКПj – фахова компетентність професійного спрямування, j – номер компетентності у переліку компетентностей освітньої складової.

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

	СК1.1.	СК2.1.	СК2.2.	СК2.3.	СК2.4.	СК2.5.	СК2.6.	СК2.7.	СК2.8.	СК2.9.	СК2.10.	СК2.11.	ВБ1.1.	ВБ1.2.	ВБ1.3.	ВБ1.4.	ВБ2.1.	ВБ2.2.	ВБ2.3.	ВБ2.4.	ВБ3.1.	ВБ3.2.	ВБ3.3.	ВБ3.4.	ВБ4.1.	ВБ4.2.	ВБ4.3.	ВБ4.4.
ПРН1				•			•		•	•	•	•											•					
ПРН2		•	•		•		•	•		•	•				•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПРН3		•		•	•	•		•	•	•	•		•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПРН4			•		•	•	•	•		•	•		•	•		•							•				•	•
ПРН5	•	•		•			•	•	•			•						•			•				•			
ПРН6			•	•		•			•	•	•		•			•	•				•	•				•	•	•
ПРН7					•		•	•			•					•	•				•	•		•				
ПРН8	•		•	•			•		•			•	•		•	•	•	•	•	•	•		•					
ПРН9		•	•		•			•		•	•		•		•	•	•				•	•		•				
ПРН10		•	•	•		•			•	•	•	•		•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•		
ПРН11			•		•			•		•	•	•						•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПРН12			•		•			•		•	•										•			•				
ПРН13			•	•									•			•										•	•	•
ПРН14				•			•		•				•	•	•	•	•				•	•	•	•	•	•	•	•
ПРН15	•				•	•		•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
ПРН16			•	•			•		•	•	•												•					
ПРНС1		•	•							•	•		•	•		•												
ПРНС2		•		•					•				•		•													
ПРНС3			•														•	•	•	•								
ПРНС4							•			•						•	•	•	•	•								
ПРНС5					•																	•	•	•	•			
ПРНС6																						•						
ПРНС7														•												•	•	•
ПРНС8						•				•				•								•			•	•	•	•
КОМ1		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
КОМ2	•		•				•				•	•			•			•	•	•	•		•			•		•
АіВ1		•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
АіВ2			•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
АіВ3		•		•					•	•	•		•	•		•		•								•	•	•

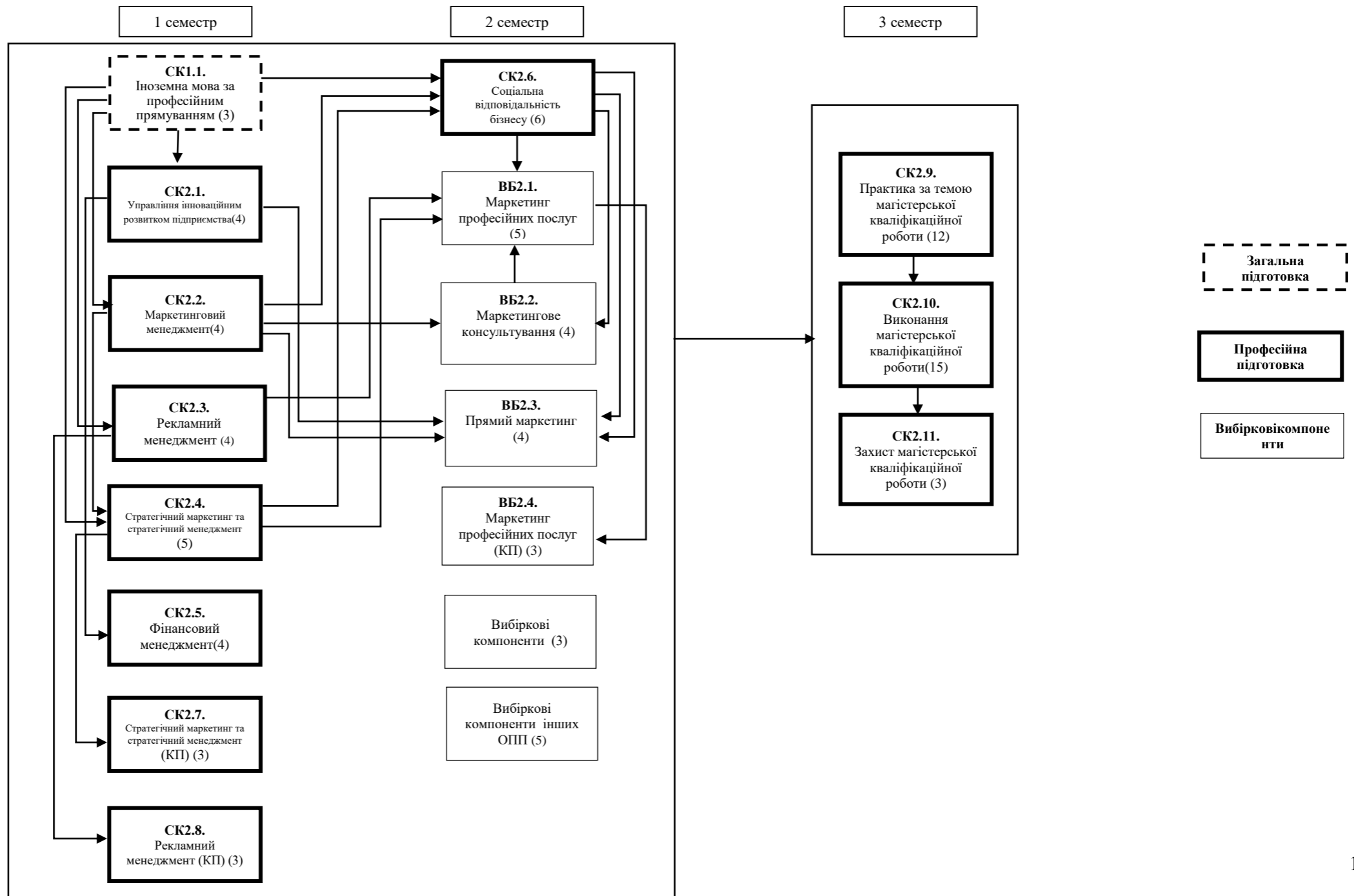
**Умовні позначення:** СКі – обов’язкова дисципліна, ВБі – вибіркова дисципліна, і – номер дисципліни у переліку компонент освітньої складової, ПРНм – програмні результати навчання, ПРНСм – програмні результати навчання професійного спрямування, КОМм – програмні результати (комунікація), АіВм – програмні результати (автономія і відповідальність), m – номер програмного результату у переліку програмних результатів освітньої складової.

## Структурно-логічна схема ОПП Маркетинг(Лінія «Маркетинг»)

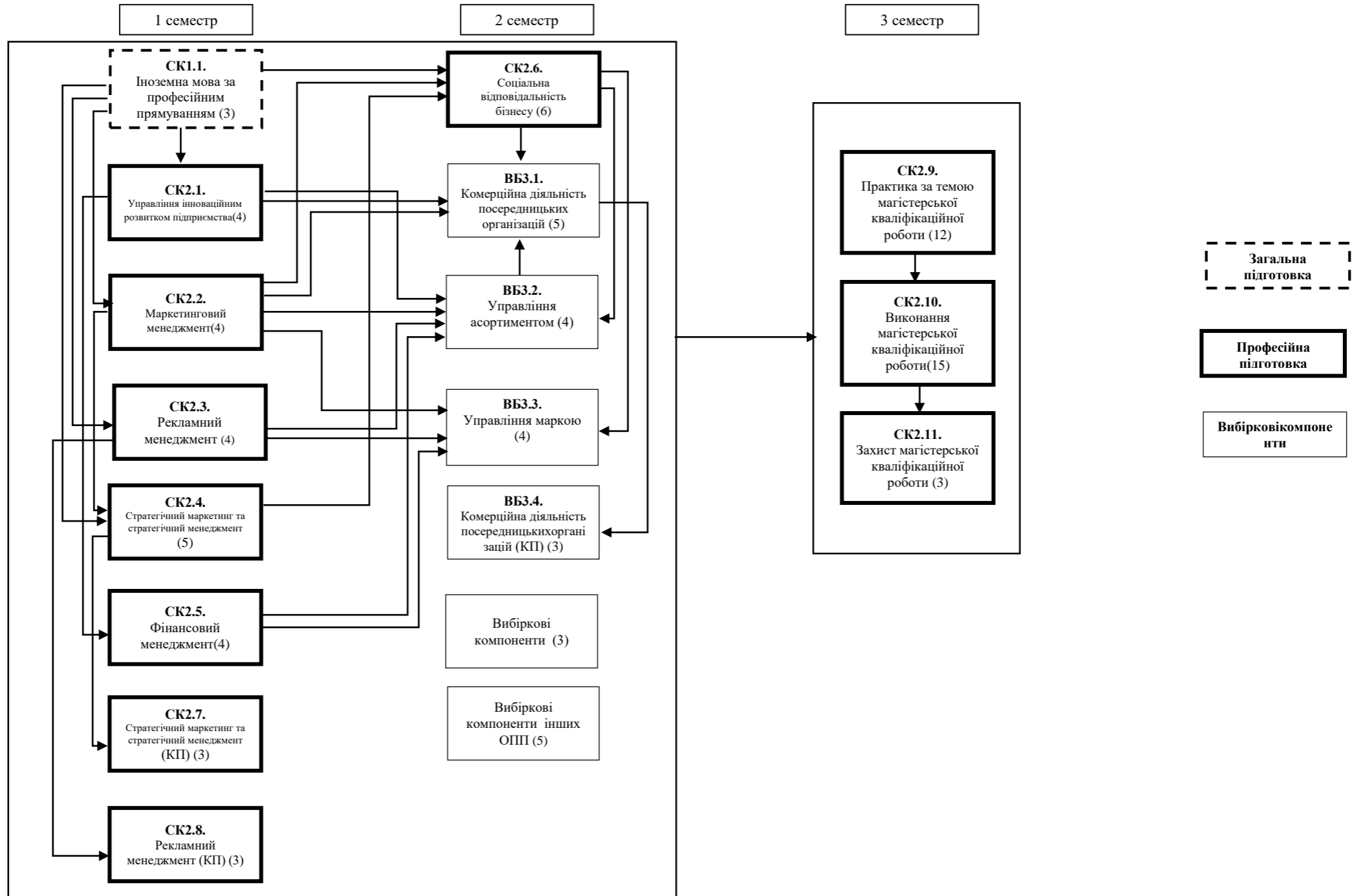




## Структурно-логічна схема ОПП Маркетинг(Лінія «Маркетинг послуг»)



## Структурно-логічна схема ОПП Маркетинг(Лінія «Маркетинг у сфері торгівлі»)



## Структурно-логічна схема ОПІ Маркетинг(Лінія «Маркетингова логістика»)

