

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
Відокремлений структурний підрозділ «Навчально-науковий інститут
просторового планування та перспективних технологій»



«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Ректор

Національного університету
«Львівська політехніка»

Юрій БОБАЛО

2024 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ І БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Перший (бакалаврський) рівень</u>
СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ	<u>Бакалавр</u>
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	<u>07 «Управління та адміністрування»</u>
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	<u>075 «Маркетинг»</u>

Розглянуто та затверджено
на засіданні Вченої ради
Національного університету
«Львівська політехніка»
Протокол № 12

від «28» 05 2024 р.

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ освітньо-професійної програми


Рівень вищої освіти
Ступінь вищої освіти
Галузь знань
Спеціальність
Спеціалізація
Кваліфікація

перший (бакалаврський) рівень
Бакалавр
07 «Управління та адміністрування»
075 «Маркетинг»
Бакалавр маркетингу


РОЗРОБЛЕНО І СХВАЛЕНО

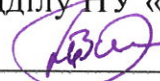
Науково-методичною комісією
спеціальностей галузі знань
07 «Управління та адміністрування»
ННІ просторового планування та
перспективних технологій

Протокол № 5
«22» 03 2024 р.

Голова НМК

Ганна ОЛЕКСЮК
«22» 03 2024 р.

ПОГОДЖЕНО

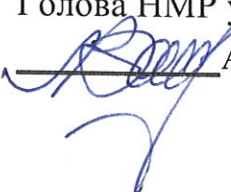
Проректор з науково-педагогічної
роботи НУ «Львівська політехніка»

Олег ДАВИДЧАК
«10» 05 2024 р.


Начальник Навчально-методичного
відділу НУ «Львівська політехніка»

Василь ТОМ'ЮК
«10» 05 2024 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Науково-методичною радою
НУ «Львівська політехніка»
Протокол № 78

від «15» травня 2024 р.

Голова НМР університету

Анатолій ЗАГОРОДНІЙ

Директор ННІ просторового
планування та перспективних
технологій

Йосиф ХРОМ'ЯК
«25» 03 2024 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено відповідно до Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня, галузь знань – 07 «Управління та адміністрування», спеціальність – 075 «Маркетинг», затвердженого і введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. №1343.

Розроблено робочою групою за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» у складі:

Ангелко Ірина Володимирівна	гарант освітньо-професійної програми, керівник робочої групи, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки і маркетингу;
Лисяк Наталія Михайлівна	докт. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки і маркетингу;
Безпарточний Максим Григорович	докт. екон. наук, професор, в.о. завідувача кафедри економіки і маркетингу;
Попадинець Назарій Миколайович	докт. екон. наук, ст. дослідник, професор кафедри економіки і маркетингу;
Олексюк Ганна Василівна	канд. екон. наук, доцент кафедри економіки і маркетингу;
Самотій Наталія Степанівна	старший викладач кафедри економіки і маркетингу.

За участі зовнішніх стейкхолдерів:

Коссак Олена Степанівна	керуючий директор в ТОВ «Архітектурна компанія «Конструктив»;
Артюхова Ольга Федишин Роман Степанович	директор з маркетингу групи компаній «Регно Італія УА»; засновник групи компаній «Шувар»;
Колінко Наталія Орестівна	канд. екон. наук, керівник відділу маркетингу та бронювання ТОВ «Лісова пісня апарт-готель»
Красуляк Марта Михайлівна	керівник проектів і програм у НВК «ZEFIR»
Ясевич Анастасія Мар'янівна	Product Marketing Manager (PMM) в компанії UiPath
Ясюра Борис Романович	фізична особа-підприємець, власник швейного виробництва
Левчук Ольга Миронівна	директор ТОВ «ТРИ КОТИ»
Ястремський Тарас Романович	комерційний директор ТОВ «Спарроу капітал»

Здобувачі вищої освіти:

Підгайна Руслана	здобувач вищої освіти спеціальності «Маркетинг»;
Горішний Максим	здобувач вищої освіти спеціальності «Маркетинг».

Гарант освітньої програми



Ірина АНГЕЛКО

Зовнішні рецензенти:

Федишин Роман Степанович, засновник групи компаній «Шувар»;

Колінко Наталія Орестівна, канд. екон. наук, керівник відділу маркетингу та бронювання ТОВ «Лісова пісня апарт-готель», співзасновниця ТОВ «Спотикачка»;

Коссак Олена Степанівна, керуючий директор в ТОВ «Архітектурна компанія «Конструктив», маркетолог та бізнес-тренер в Центрі бізнес-тренінгів «ЛяТелепате»

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту просторового планування та перспективних технологій

Протокол № 8 від « 25 » 03 2024 р.

Голова Вченої ради ІПШТ  Йосиф ХРОМ'ЯК

Проект освітньо-професійної програми обговорений та схвалений на засіданні НМР Навчально-наукового інституту просторового планування та перспективних технологій

Протокол № 5 від « 25 » 03 2024 р.

Голова НМР ІПШТ  Назарій ПОПАДИНЕЦЬ

ЗАТВЕРДЖЕНО ТА НАДАНО ЧИННОСТІ

наказом ректора Національного університету «Львівська політехніка»
від « 04 » червня 2024 р. № 335-1-40

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» Відокремлений структурний підрозділ Навчально-науковий інститут просторового планування та перспективних технологій Кафедра економіки і маркетингу
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Галузь знань	07 Управління і адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Назва освітньої програми	Маркетинг і бізнес-аналітика Marketing and business analytics
Інтернет адреса розміщення освітньої програми	https://lpnu.ua/ekm
Обмеження щодо форм навчання	Денна Заочна (дистанційна)
Освітня кваліфікація	Бакалавр маркетингу
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 «Маркетинг» Освітня програма – Маркетинг і бізнес-аналітика
Опис предметної області (галузь знань, спеціальність)	<p>Об'єкт вивчення: теоретичні основи та методологічні засади маркетингової діяльності та бізнес-аналітики як форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Ціль навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної професійної діяльності у сфері маркетингу та бізнес-аналітики.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області програми ґрунтується на поняттях, категоріях, концепціях, принципах теорії маркетингу та бізнес-аналітики, які визначають тенденції та закономірності розвитку ринку та відповідних суб'єктів. Предметна область містить знання з фундаментального маркетингу, маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій, логістики, поведінки споживача, інформаційних систем і технологій в маркетингу, цифрового маркетингу, маркетингової аналітики, бізнес-планування, математичних і статистичних методів у маркетингу та бізнес-аналітиці з урахуванням сучасних глобалізаційних процесів.</p> <p>Методи, методики та технології: бакалавр маркетингу має оволодіти системою загальнонаукових підходів та спеціальних методів, професійними методиками та технологіями, необхідними для забезпечення ефективної маркетингової діяльності, здійснення аналізу бізнес-процесів і даних з метою виявлення проблем і формування стратегічно оптимальних шляхів їх вирішення.</p> <p>Інструменти та обладнання: комп'ютерна техніка, спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p>
Академічні права	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському)

випускників	рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
Обсяг кредитів за європейською кредитно-трансферною системою та обсяг освітньої програми	<ul style="list-style-type: none"> • на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 4 роки; • на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): <ul style="list-style-type: none"> - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС, термін навчання 2 роки; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки. • на основі освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти, термін навчання 3 роки. <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом освіти.</p>
Наявність акредитації	Акредитована
Цикл/рівень	FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК України – 6 рівень.
Передумови	Повна загальна середня освіта, ступінь «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційний рівень «молодший спеціаліст»), освітньо-професійний ступінь «фаховий молодший бакалавр».
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», Стандарту вищої освіти за даною спеціальністю.
2 – МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Метою освітньої програми є підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної професійної діяльності у сфері маркетингу та бізнес-аналітики.	
Цілі освітньої програми:	
1. Отримання здобувачами вищої освіти динамічної комбінації знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, достатніх для успішного вирішення професійних завдань у сфері маркетингу та бізнес-аналітики.	
2. Створення освітнього середовища, орієнтованого на задоволення потреб та інтересів здобувачів вищої освіти, зокрема надання можливостей для формування професійних компетентностей та індивідуальної освітньої траєкторії.	
3. Створення передумов для продовження навчання на наступному рівні вищої освіти.	
3 – ХАРАКТЕРИСТИКА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ	
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну, цифрову та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах.
Основний фокус освітньої програми та	Спеціальна освіта в предметній області маркетингу. Ключові слова: ринок, потреби споживача, аналіз ринку,

спеціалізації	промисловий маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, маркетинговий менеджмент, маркетингова аналітика, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, цінова політика, реклама, маркетингові рішення, цифровий маркетинг.
Особливості та відмінності програми	<p>Цикл професійної підготовки включає:</p> <p>Компоненти вибіркового блоку 01: Лінія 1. Аналітичний маркетинг Закладені в освітню програму вибіркові компоненти забезпечують набуття здобувачами вищої освіти компетентностей, які дозволяють ефективно використовувати методи бізнес-аналізу, прогнозування та моделювання, елементи системи маркетингових оцінок, з метою визначення основних проблем та можливостей бізнесу, прийняття обґрунтованих ефективних рішень з врахуванням резервів та можливостей його інноваційного розвитку в умовах невизначеності та змінного середовища.</p> <p>Компоненти вибіркового блоку 02: Лінія 2. Управлінський маркетинг Закладені в освітню програму вибіркові компоненти забезпечують набуття здобувачами вищої освіти компетентностей з маркетингового менеджменту; основ прогнозування та моделювання в управлінні підприємницькою діяльністю; поведінкової економіки; нейромаркетингу; рекламної діяльності та копірайтингу.</p> <p>Компоненти вибіркового блоку 03: Лінія 3. Просторовий маркетинг Закладені в освітню програму вибіркові компоненти забезпечують набуття здобувачами вищої освіти компетентностей з основ регіональної політики та концептуальних засад планування розвитку територій; комунікаційної політики в громадах; визначення ключових засад управління конкурентоспроможністю територій та формування їх бренду з врахування маркетингового підходу.</p>
4 – ПРИДАТНІСТЬ ВИПУСКНИКІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ТА ПОДАЛЬШОГО НАВЧАННЯ	
Придатність до працевлаштування	<p>Робочі місця у різних галузях використання діяльності маркетологів: регіонального маркетингу; управління проектами з комерційної діяльності; рекламне проектування; формування товарної та цінової політики підприємства; постачання та збут; брендинг; прогнозування поведінки споживачів; аналіз діяльності на товарних і промислових ринках.</p> <p>Випускник може працювати на посадах (згідно ДК 003:2010): консультант з маркетингу; консультант з ефективності підприємництва; фахівець із стандартизації, сертифікації та якості; фахівець-аналітик з дослідження ринків; економіст з інтернет-маркетингу; менеджер (управитель) з транспортно-експедиторської діяльності; менеджер (управитель) із комунікаційних технологій; менеджер (управитель) з логістики; менеджер (управитель) зі збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджер (управитель) із реклами; директор з маркетингу; начальник комерційного відділу; фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); експерт з торговельно-</p>

	економічних операцій.
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого (магістерського) рівня вищої освіти (другого циклу FQ-EHEA та 7 рівня EQF-LLL, 7 рівня НРК,) набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – ВИКЛАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ	
Викладання та навчання	Поєднання лекцій, лабораторних, семінарських і практичних занять, виконання курсових робіт (проектів), самостійна робота з підручниками, навчальними посібниками та конспектами лекцій, проведення тренінгів, круглих столів, вебінарів, майстер-класів та гостьових лекцій за участю спеціалістів-практиків, наукових та дослідницьких робіт, консультації з викладачами, підготовка до підсумкової атестації. Впровадження в освітній процес ігрових та імітаційних форм навчання зокрема, навчальних, асоціативних, імітаційно-рольових та рольових ігор, ігрових дискусій, мозкових штурмів. Студентоцентроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, змішані форми навчання, навчання через виробничу практику.
Оцінювання	Письмові та усні складові екзаменів, заліків, практичних, лабораторних і семінарських занять, захист індивідуальних завдань (робіт), курсових робіт і виробничих практик, атестація випускника. Оцінювання навчальних досягнень здійснюється за національною шкалою – відмінно, добре, задовільно, незадовільно; зараховано/незараховано; 100-бальною шкалою ЄКТС (ECTS) – A, B, C, D, E, F, FX.
6 – ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
Інтегральна компетентність (ІНТ)	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності та бізнес-аналітики або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і 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.

	<p>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.</p>
<p>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (ФК)</p>	<p>ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос функціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>Фахові компетентності професійного спрямування (ФК)</p>	<p>Лінія 1. Аналітичний маркетинг ФК15. Здатність визначати вплив глобалізації на просторову економіку, результати господарської діяльності ринкових суб'єктів, поведінку споживачів на основі цифровізації функцій маркетингової діяльності. ФК16. Здатність проводити аналіз, планування, моделювання та прогнозування бізнес-процесів на основі інструментів бізнес-статистики та аналітики.</p> <p>Лінія 2. Управлінський маркетинг ФК17. Здатність використовувати елементи планування, прогнозування та моделювання в управлінні підприємницькою діяльністю. ФК18. Здатність визначати вплив поведінки споживачів, конкурентів, постачальників та інших суб'єктів ринку на</p>

	<p>прийняття управлінських рішень.</p> <p>Лінія 3. Просторовий маркетинг</p> <p>ФК19. Здатність обґрунтовувати маркетинг міст і територій, впроваджувати результати аналітики в діяльність ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК20. Здатність використовувати інструменти дослідження та аналізу територій, здійснювати прогноз їх розвитку через призму економічної стійкості та конкурентоспроможності.</p>
7 – ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	
<p>Результати навчання (ПР)</p>	<p>ПР1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПР2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПР4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПР6. 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>ПР7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПР9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПР10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефаківцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПР12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПР14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПР15. 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>ПР16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного</p>

	<p>маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>П Р17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
Результати навчання професійного спрямування (ПР)	<p>Лінія 1. Аналітичний маркетинг</p> <p>ПР19. Виявляти навички аналізу оцифрованої інформації, обґрунтовувати управлінські рішення на основі зміни зовнішнього і внутрішнього середовища.</p> <p>ПР20. Демонструвати вміння аналізу, планування та прогнозування основних бізнес-процесів, обґрунтовувати управлінські рішення.</p> <p>Лінія 2. Управлінський маркетинг</p> <p>ПР21. Застосовувати результати всебічного аналізу процесів і проблем виробничо-господарської, збутової, маркетингової та інших видів діяльності з орієнтацією на інтереси, стратегічні цілі суб'єкта підприємництва.</p> <p>ПР22. Застосовувати інноваційні способи розробки реклами та інших елементів комунікаційної політики для стимулювання маркетингових функцій суб'єкта підприємництва.</p> <p>Лінія 3. Просторовий маркетинг</p> <p>ПР23. Демонструвати вміння проводити діагностику готовності територіальних громад до місцевого економічного розвитку ринку, розробляти профіль громади, обирати та застосовувати інструменти місцевого економічного розвитку регіональної маркетингової діяльності.</p> <p>ПР24. Використовувати інструменти територіального маркетингу у формуванні маркетингових стратегій окремих міст та/або територіальних громад.</p>
Знання (ЗН)	<p>ЗН1. Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень.</p> <p>ЗН2. Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності.</p>
Уміння (УМ)	<p>УМ1. Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів</p>
Комунікація (КОМ)	<p>КОМ1. Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності.</p> <p>КОМ2. Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію.</p>
Автономія і відповідальність (АВ)	<p>АВ1. Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах.</p> <p>АВ2. Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб.</p> <p>АВ3. Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності</p>
8 – РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОГРАМИ	
Специфічні	Науково-педагогічні працівники, що задіяні до викладання

характеристики кадрового забезпечення	<p>професійно-орієнтованих навчальних дисциплін за спеціальністю відповідають Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти. Всі науково-педагогічні працівники, які забезпечують освітній процес за даною програмою, регулярно проходять підвищення кваліфікації, в тому числі беруть участь у міжнародних стажуваннях.</p> <p>До навчального процесу можливе залучення фахівців-практиків, гостьових лекторів з провідних вітчизняних та іноземних компаній.</p>
Специфічні характеристики матеріально-технічного забезпечення:	<p>Навчальні корпуси; пункти харчування; гуртожитки; спортивний зал та майданчики; спортивні секції; комп'ютерні класи та лабораторії; мультимедійне обладнання в спеціалізованих аудиторіях; бездротовий доступ до мережі Інтернет; універсальні та спеціалізовані інформаційні системи й програмні продукти</p>
Специфічні характеристики інформаційно-методичного забезпечення	<p>Використання віртуального навчального середовища Національного університету «Львівська політехніка» та авторських розробок науково-педагогічних працівників http://vns.lpnu.ua/</p> <p>Необмежений доступ до мережі Інтернет.</p> <p>Наукова бібліотека, читальні зали.</p> <p>Графіки навчального процесу та навчальні програми, плани, робочі програми з дисциплін, методичні вказівки до виконання курсових робіт, програми практик, матеріали для самостійної та індивідуальної (контрольної) роботи здобувачів вищої освіти, критерії оцінювання знань та вмінь студентів та ін. Офіційний сайт університету https://lpnu.ua/ та сторінка інституту https://lpnu.ua/ippt; кафедри ЕКМ https://lpnu.ua/ekm</p>
9 – АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ	
Національна кредитна мобільність	<p>На загальних підставах при заключенні двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та ЗВО України.</p>
Міжнародна кредитна мобільність	<p>На основі двосторонніх договорів між Національним університетом «Львівська політехніка» та закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів.</p>

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	82/34,2	6/2,5	88/36,7
2.	Цикл професійної та практичної підготовки	96/40,0	56/23,3	152/63,3
Всього за весь термін навчання		178/74,2	62/25,8	240/100

3. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

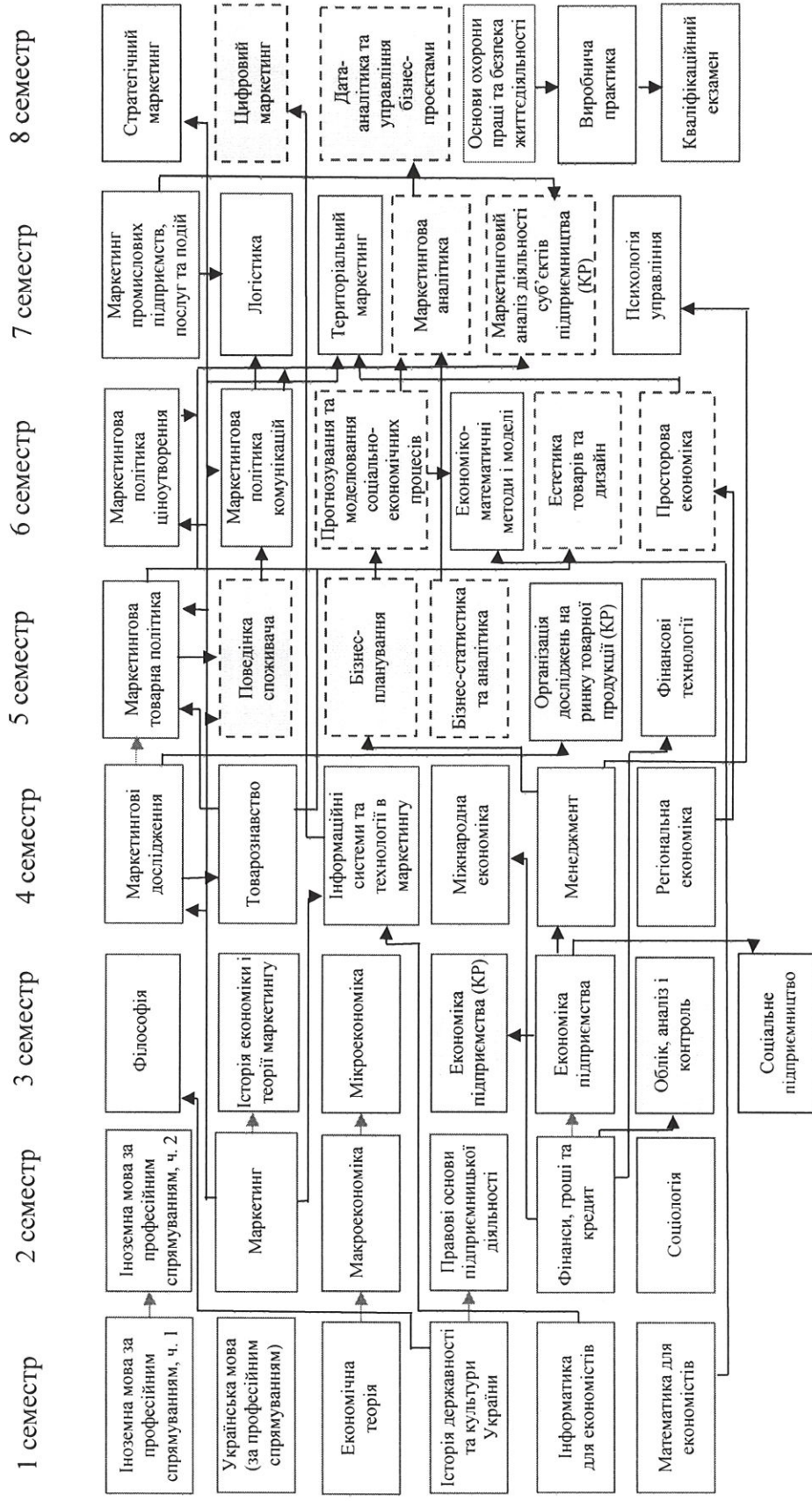
Код	Назва компонента ОП (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Обсяг компонента в кредитах ЄКТС	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
СК1	Іноземна мова (за проф. спрямуванням) ч.1	5	Залік
СК2	Іноземна мова (за проф. спрямуванням) ч.2	4	Екзамен
СК3	Українська мова (за проф. спрямуванням)	3	Екзамен
СК4	Історія державності та культури України	5	Екзамен
СК5	Правові основи підприємницької діяльності	4	Залік
СК6	Соціологія	4	Залік
СК7	Філософія	3	Екзамен
СК8	Математика для економістів	6	Екзамен
СК9	Інформатика для економістів	5	Залік
СК10	Економічна теорія	6	Екзамен
СК11	Макроекономіка	6	Екзамен
СК12	Мікроекономіка	6	Екзамен
СК13	Міжнародна економіка	5	Екзамен
СК14	Регіональна економіка	4	Залік
СК15	Фінанси, гроші та кредит	6	Екзамен
СК16	Економіко-математичні методи і моделі	5	Залік
СК17	Психологія управління	5	Залік
Всього за цикл:		82	
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
СК18	Економіка підприємства	6	Екзамен
СК19	Економіка підприємства (КР)	3	Залік
СК20	Менеджмент	6	Екзамен
СК21	Маркетинг	6	Екзамен
СК22	Історія економіки та теорії маркетингу	6	Екзамен
СК23	Товарознавство	5	Екзамен
СК24	Маркетингові дослідження	6	Екзамен
СК25	Інформаційні системи та технології в маркетингу	4	Залік
СК26	Маркетинг промислових підприємств, послуг і подій	5	Екзамен
СК27	Маркетингова товарна політика	5	Екзамен
СК28	Маркетингова політика комунікацій	5	Екзамен
СК29	Маркетингова політика ціноутворення	5	Екзамен
СК30	Стратегічний маркетинг	5	Екзамен
СК31	Логістика	5	Екзамен
СК32	Територіальний маркетинг	6	Екзамен
СК33	Основи охорони праці та безпека життєдіяльності	3	Залік
СК34	Організація маркетингових досліджень на ринку товарної продукції (КР)	3	Залік
СК35	Виробнича практика	10,5	Залік
СК36	Кваліфікаційний екзамен	1,5	
Всього за цикл:		96	
Всього за групу компонентів:		178	

Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми			
Вибіркові блоки компонентів			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
Всього за цикл:		6	Залік
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
Вибіркові компоненти інших освітньо-професійних програм		6	Залік
<i>Компоненти вибіркового блоку 01: Аналітичний маркетинг</i>			
ВБ1	Бізнес-планування	4	Залік
ВБ2	Бізнес-статистика та аналітика	6	Екзамен
ВБ3	Прогнозування та моделювання соціально-економічних процесів (практикум)	5	Екзамен
ВБ4	Маркетингова аналітика	6	Екзамен
ВБ5	Дата-аналітика та управління бізнес-проектами	5	Екзамен
ВБ6	Просторова економіка	6	Екзамен
ВБ7	Поведінка споживача	6	Екзамен
ВБ8	Цифровий маркетинг	5	Екзамен
ВБ9	Естетика товарів і дизайн	4	Залік
ВБ10	Маркетинговий аналіз діяльності суб'єктів підприємництва (КР)	3	Залік
Всього за цикл:		50	
<i>Компоненти вибіркового блоку 02: Управлінський маркетинг</i>			
ВБ11	Бізнес-планування	4	Залік
ВБ12	Статистика в системі управління	6	Екзамен
ВБ13	Прогнозування та моделювання в управлінні підприємницькою діяльністю (практикум)	5	Екзамен
ВБ14	Маркетинг у публічному управлінні	6	Екзамен
ВБ15	Психологія введення переговорів	5	Екзамен
ВБ16	Бренд-менеджмент	6	Екзамен
ВБ17	Поведінкова економіка та нейромаркетинг	6	Екзамен
ВБ18	Паблік-релейшин	5	Екзамен
ВБ19	Копірайтинг	4	Залік
ВБ20	Маркетинг в системі управління (КР)	3	Залік
Всього за цикл:		50	
<i>Компоненти вибіркового блоку 03: Просторовий маркетинг</i>			
ВБ21	Бізнес-планування	4	Залік
ВБ22	Маркетингові дослідження територій	6	Екзамен
ВБ23	Планування і прогнозування розвитку територій (практикум)	5	Екзамен
ВБ24	Управління конкурентоспроможністю територій	6	Екзамен
ВБ25	Психологія введення переговорів	5	Екзамен
ВБ26	Просторова економіка	6	Екзамен
ВБ27	Маркетинг міст і територій	6	Екзамен
ВБ28	Брендинг міста	5	Екзамен
ВБ29	Комунікаційна політика в громадах	4	Залік
ВБ30	Маркетинговий аналіз територій (КР)	3	Залік
Всього за цикл:		50	
Всього за вибіркові компоненти		62	
Всього за освітньо-професійну програму		240	

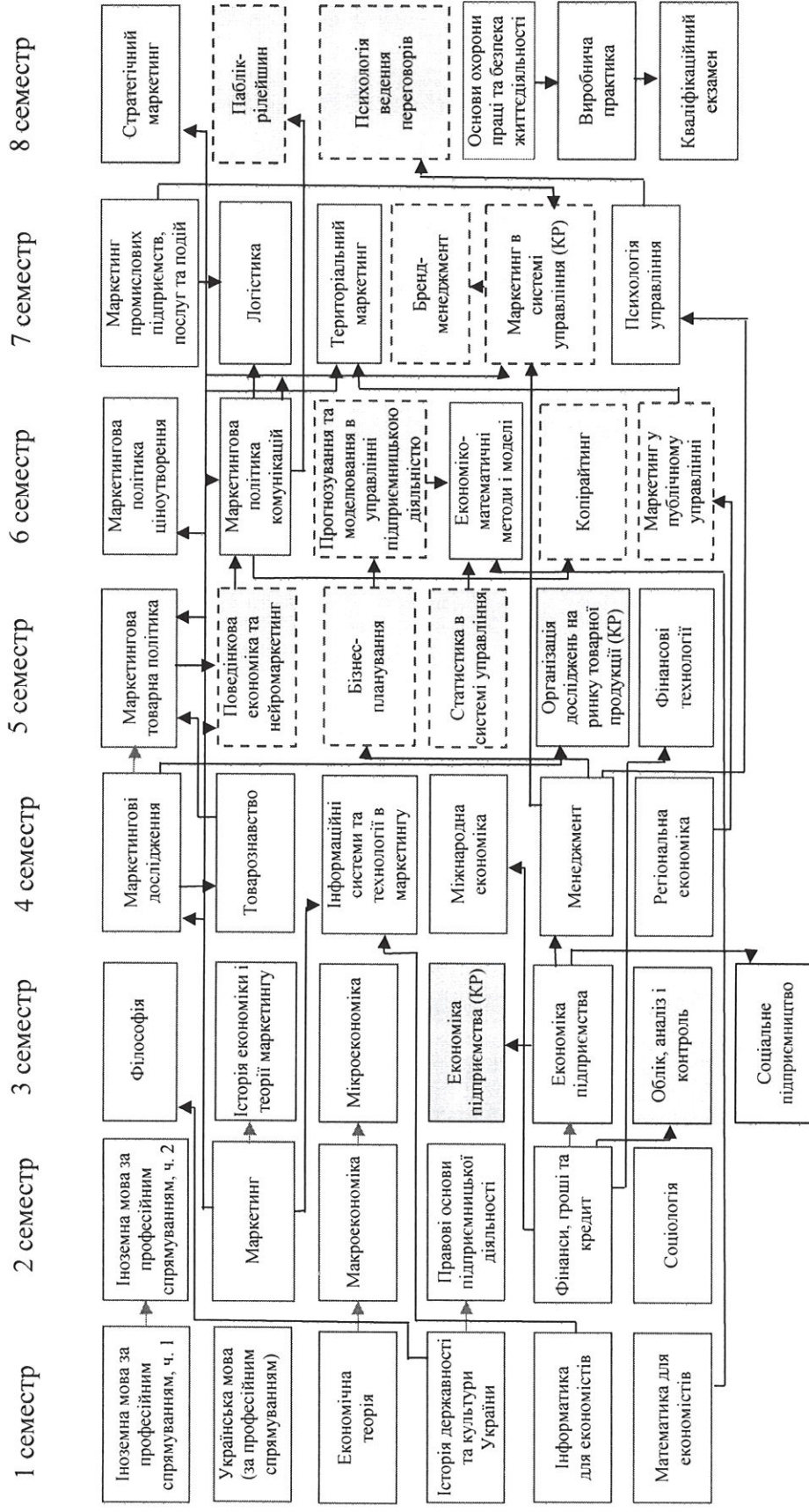
4. ФОРМИ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену
Вимоги до атестаційного екзамену	Атестаційний екзамен (екзамени) має передбачати оцінювання результатів навчання, визначених цим стандартом та відповідно освітньо-професійною програмою закладу вищої освіти.

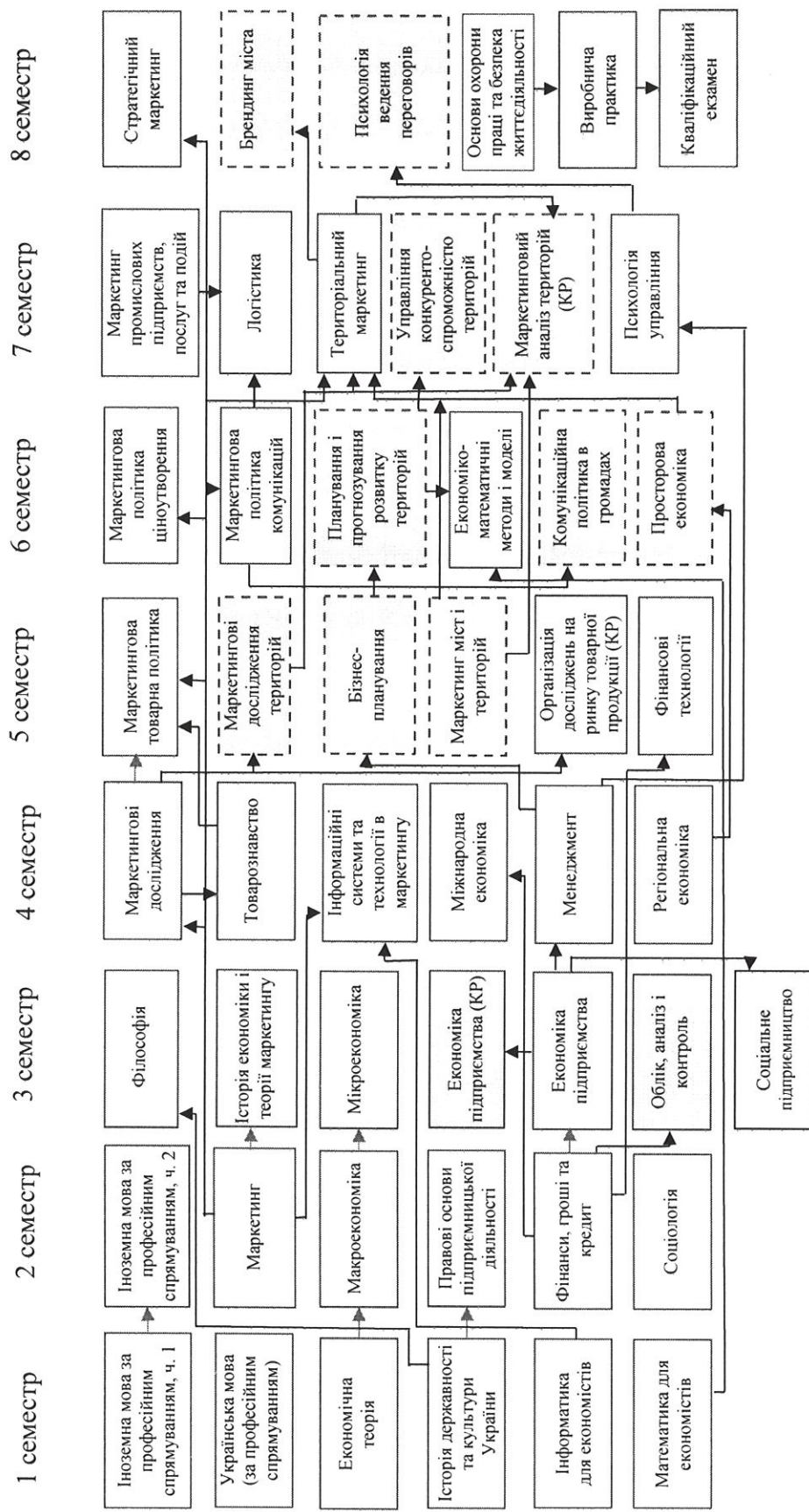
5. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»
для лінії «Аналітичний маркетинг»



**6. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»
для лінії «Управлінський маркетинг»**



**7. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»
для лінії «Просторовий маркетинг»**



8. Матриця відповідності програмних компетентностей освітнім компонентам освітньої програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

КОП	Загальні компетентності														Спеціальні (фахові, предметні) компетентності										Фахові компетентності професійного спрямування															
	ЗК1	ЗК2	ЗК3	ЗК4	ЗК5	ЗК6	ЗК7	ЗК8	ЗК9	ЗК10	ЗК11	ЗК12	ЗК13	ЗК14	ФК1	ФК2	ФК3	ФК4	ФК5	ФК6	ФК7	ФК8	ФК9	ФК10	ФК11	ФК12	ФК13	ФК14	ФК15	ФК16	ФК17	ФК18	ФК19	ФК20						
ІНТ																																								
СК1																																								
СК2																																								
СК3	+						+																																	
СК4	+			+																																				
СК5	+		+																																					
СК6		+		+																																				
СК7			+																																					
СК8																																								
СК9																																								
СК10																																								
СК11																																								
СК12																																								
СК13																																								
СК14																																								
СК15																																								
СК16																																								
СК17	+																																							
СК18																																								
СК19																																								
СК20																																								
СК21	+																																							
СК22	+		+																																					
СК23	+																																							
СК24	+																																							
СК25	+																																							
СК26	+		+																																					
СК27	+			+																																				
СК28	+																																							
СК29	+																																							

9. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг»

Результати навчання	Обов'язкові компоненти спеціальності																																						
	СК1	СК2	СК3	СК4	СК5	СК6	СК7	СК8	СК9	СК10	СК11	СК12	СК13	СК14	СК15	СК16	СК17	СК18	СК19	СК20	СК21	СК22	СК23	СК24	СК25	СК26	СК27	СК28	СК29	СК30	СК31	СК32	СК33	СК34	СК35	СК36			
ПР1																																							
ПР2																																							
ПР3																																							
ПР4																																							
ПР5																																							
ПР6																																							
ПР7																																							
ПР8																																							
ПР9																																							
ПР10																																							
ПР11																																							
ПР12																																							
ПР13																																							
ПР14																																							
ПР15																																							
ПР16																																							
ПР17																																							
ПР18																																							
УМ1																																							
КОМ1																																							
КОМ2																																							
АВ1																																							
АВ2																																							
АВ3																																							

10. Матриця забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми бакалавра зі спеціальності 075 «Маркетинг» (вибірковий блок)

Результат и навчання	Компоненти вибіркового блоку спеціальності																															
	ВБ1	ВБ2	ВБ3	ВБ4	ВБ5	ВБ6	ВБ7	ВБ8	ВБ9	ВБ10	ВБ11	ВБ12	ВБ13	ВБ14	ВБ15	ВБ16	ВБ17	ВБ18	ВБ19	ВБ20	ВБ21	ВБ22	ВБ23	ВБ24	ВБ25	ВБ26	ВБ27	ВБ28	ВБ29	ВБ30		
ПР1	+			+	+	+			+	+	+	+																				
ПР2	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР3				+	+	+	+	+																								
ПР4	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР5			+	+	+	+	+																									
ПР6				+	+	+	+																									
ПР7					+	+	+																									
ПР8				+	+	+	+																									
ПР9	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР10	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР11	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР12	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР13	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР14	+	+	+	+	+	+	+																									
ПР15								+																								
ПР16				+	+																											
ПР17						+																										
ПР18																																
ПР19				+	+			+																								
ПР20	+	+	+	+	+																											
ПР21																																
ПР22																																
ПР23																																
ПР24																																
УМ1	+	+	+	+	+	+	+																									
КОМ1	+	+	+	+	+	+	+																									
КОМ2	+	+	+	+	+	+	+																									
АВ1	+	+	+	+	+	+	+																									
АВ2																																
АВ3	+	+	+	+	+	+	+																									

