

**ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА  
“МАРКЕТИНГ”**

**другого (магістерського) рівня вищої освіти**

**за спеціальністю 075 “Маркетинг”**

**галузі знань 07 “Управління та адміністрування”**

**Кваліфікація: магістр маркетингу**

**ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ**

Львівського торговельно-економічного університету

Голова Вченої ради

\_\_\_\_\_ П. О. Куцик

Протокол № \_\_\_\_\_ від «30» серпня 2019 р.

Освітня програма вводиться в дію з вересня 2019 р.

В. о. ректора \_\_\_\_\_ проф. П. О. Куцик/

(наказ № 191/01 від «30» серпня 2019р.)

Львів – 2019

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

**РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ**  
**ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ**  
**СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**  
**КВАЛІФІКАЦІЯ**

Другий (магістерський)  
07 «Управління та адміністрування»  
075 «Маркетинг»  
магістр маркетингу

**Розробники програми:**

1. Семак Б. Б., д.е.н., проф.
2. Дайновський Ю. А., д.е.н., проф.
3. Бойчук І. В., к.е.н., доц.



**ВНЕСЕНО**

Кафедрою маркетингу  
Протокол № 1 від 28 серпня 2019 р.  
Завідувач кафедри

 Ю. А. Дайновський


**ПОГОДЖЕНО**

Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій  
Протокол № 1 від 28 серпня 2019 р.  
Голова вченої ради

 Ю. В. Полякова

**СХВАЛЕНО**


Науково-методичною радою Львівського торговельно-економічного університету  
Протокол № 1 від 30 серпня 2019 р.  
Голова науково-методичної ради

 М. Ю. Барна

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Вченою радою Львівського торговельно-економічного університету  
Протокол № 1 від 30 серпня 2019 р.  
Голова Вченої ради



 П. О. Куцик

**НАДАНО ЧИННОСТІ ТА ВВЕДЕНО В ДІЮ**  
Наказ ЛТЕУ № 191/01 від 30 серпня 2019 р.

## Передмова

Освітньо-професійна програма “Маркетинг” є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці магістрів у галузі 07 “Управління та адміністрування” спеціальності 075 “Маркетинг”.

Освітньо-професійна програма “Маркетинг” заснована на компетентністному підході підготовки магістра у галузі 07 “Управління та адміністрування” спеціальності 075 “Маркетинг”.

Освітньо-професійна програма “Маркетинг” розроблена робочою групою кафедри маркетингу ЛТЕУ у складі:

1. Семак Б. Б. – д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу – гарант освітньої програми, керівник проектної групи;
2. Дайновський Ю. А. – д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу – член робочої (проектної) групи;
3. Бойчук І. В. – к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу – член робочої (проектної) групи.

Освітньо-професійна програма підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 “Маркетинг” розроблена відповідно до Закону України “Про вищу освіту” від 01.07.2014 р. № 1556-VII, Постанов Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 р. “Про затвердження Національної рамки кваліфікацій” від 30.12.2015 р. № 1187, “Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти” від 20.12.2015 р., “Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у вищих навчальних закладах (наукових установах)” від 23.03.2016 р. № 261.

Порядок розробки, експертизи, затвердження і внесення змін у освітньо-професійну програму регулюється “Положенням про організацію освітнього процесу у Львівському торговельно-економічному університеті”.

Програма погоджена з вченою радою факультету, схвалена Науково-методичною радою та затверджена Вченою радою Львівського торговельно-економічного університету.

Ця освітньо-професійна програма не може бути повністю або частково відтворена, тиражована та розповсюджена без дозволу Львівського торговельно-економічного університету.

## 1. ПРОФІЛЬ

### освітньо-професійної програми “Маркетинг” спеціальність 075 “Маркетинг” другий (магістерський) рівень вищої освіти

1 - Загальна характеристика	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Львівський торговельно-економічний університет, факультет міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
<i>Рівень вищої освіти</i>	Другий (магістерський) рівень
<i>Ступінь вищої освіти</i>	Магістр
<i>Галузь знань</i>	07 – Управління та адміністрування
<i>Спеціальність</i>	075 – Маркетинг
<i>Обмеження щодо форм навчання</i>	Без обмежень
<i>Освітня кваліфікація</i>	Магістр маркетингу
<i>Професійна кваліфікація</i>	Не надається
<i>Кваліфікація в дипломі</i>	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – 075 “Маркетинг” Освітня програма – “Маркетинг”
<i>Опис предметної області</i>	<p><b>Об’єкт вивчення:</b> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб’єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p><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> <p><b>Теоретичний зміст предметної області:</b> 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.</p> <p><b>Методи, методика 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>Академічні права випускників</b>	Можливість продовжувати навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>2 - Обсяг кредитів ЄКТС, необхідних для здобуття другого (магістерського) ступеня вищої освіти</b>	
<b>Обсяг освітньої програми магістра</b>	Обсяг освітньо-професійної програми магістра – 90 кредитів ЄКТС. Більше 35% обсягу освітньої програми спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
<b>3 - Перелік компетентностей випускника</b>	
<b>Інтегральна компетентність</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</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 проекти та управляти ними.
<b>Спеціальні (фахові) компетентності</b>	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

**4 - Нормативний зміст підготовки здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання**

- P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.
- P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.
- P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.
- P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.
- P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.
- P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.
- P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.
- P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.
- P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.
- P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.
- P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.
- P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

**5 - Форми атестації здобувачів другого (магістерського) ступеня вищої освіти**

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	<p>Кваліфікаційна робота передбачає 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>У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації.</p> <p>Кваліфікаційна робота розміщується на сайті університету або кафедри маркетингу.</p>

**6 - Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

***Наявність системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти***

“Положення про систему забезпечення якості вищої освіти у Львівському торговельно-економічному університеті” схвалене на засіданні Вченої ради (протокол № 7 від 25.04.2016 р.) і затверджене ректором Університету.

Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти передбачає здійснення таких процедур і заходів: визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти; здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм; щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників університету та регулярне оприлюднення таких оцінювань на офіційному веб-сайті ЛТЕУ; забезпечення підвищення кваліфікації науково-педагогічних і педагогічних працівників; забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів; розвиток інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом; забезпечення публічності інформації про діяльність університету, освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації; забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками ЛТЕУ та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату; участь університету в національних та міжнародних рейтингових дослідженнях закладів вищої освіти.

## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОПП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>1. Обов'язкові компоненти ОП</b>			
<b>1. 1. Дисципліни, які формують загальні компетентності</b>			
ОК 1.	Ділова іноземна мова	4	залік
ОК 2.	Соціальна відповідальність	4	залік
ОК 3.	Управління безпекою життєдіяльності та охороною праці	3	залік
<b>Всього</b>		<b>11</b>	
<b>1. 2. Дисципліни, які формують професійні компетентності</b>			
ОК 4.	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ОК 5.	Товарний знак в маркетингу	4	екзамен
ОК 6.	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК 7.	Управління потенціалом підприємства	4	екзамен
ОК 8.	Товарна інноваційна політика	4	екзамен
ОК 9.	Маркетингові прийоми	4	екзамен
<b>Всього</b>		<b>24</b>	
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>35</b>	
<b>2. Вибіркові компоненти ОП</b>			
ВК1.	Інтелектуальна власність	3	залік
ВК2.	Глобальна економіка	3	залік
ВК3.	Інтернет в маркетингу	4	залік
ВК4.	Теорія і практика PR	4	залік
ВК5.	Зарубіжна реклама і PR	4	залік
ВК6.	Конкурентоспроможність підприємства	3	залік
ВК7.	Економічна діагностика	3	залік
ВК8.	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ВК9.	Копірайтинг і дизайн у рекламі і PR	4	екзамен
ВК10.	Зовнішньоекономічна стратегія підприємств прикордонного регіону	3	залік
ВК11.	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства в умовах транснаціоналізації світової економіки	3	залік
ВК12.	Фінансово-економічна безпека підприємства	3	залік
ВК13.	Ринок цінних паперів і фондова біржа	3	залік
ВК14.	Стратегічний аналіз	4	екзамен
ВК15.	Інвестиційний менеджмент	4	екзамен
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>24</b>	
Практика		18	
Виконання та захист кваліфікаційної роботи		13	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>90</b>	



## 2.2. Структурно-логічна схема ОПП другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»

1 курс (1 семестр)	1 курс (2 семестр)	2 курс (1 семестр)
ОК1. Ділова іноземна мова	ОК2. Управління безпекою життєдіяльності та охороною праці	ОК9. Маркетингові прийоми
ОК4. Стратегічний маркетинг	ОК3. Соціальна відповідальність	
ОК5. Товарний знак в маркетингу	ОК7. Управління потенціалом підприємства	
ОК6. Маркетинговий менеджмент	ОК8. Товарна інноваційна політика	
ВК1. Інтелектуальна власність	ВК6. Конкурентоспроможність підприємства	ВК12. Фінансово-економічна безпека підприємства
ВК2. Глобальна економіка	ВК7. Економічна діагностика	ВК13. Ринок цінних паперів і фондова біржа
ВК3. Інтернет в маркетингу	ВК8. Рекламний менеджмент	ВК14. Стратегічний аналіз
ВК4. Теорія і практика PR	ВК9. Копірайтинг і дизайн у рекламі і PR	ВК15. Інвестиційний менеджмент
ВК5. Зарубіжна реклама і PR	ВК10. Зовнішньоекономічна стратегія підприємств прикордонного регіону	
	ВК11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства в умовах транснаціоналізації світової економіки	

### 3. Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК (7-й рівень, магістерський)

Класифікація компетентностей за НРК	Знання <b>ЗН1.</b> Спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи <b>ЗН2.</b> Критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	Уміння <b>УМ1.</b> Розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог <b>УМ2.</b> Проведення дослідницької та/або інноваційної діяльності	Комунікація <b>К1.</b> Зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються <b>К2.</b> Використання іноземних мов у професійній діяльності	Автономія та відповідальність <b>АВ1.</b> Прийняття рішень у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та прогнозування <b>АВ2.</b> Відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди <b>АВ3.</b> Здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним
<b>Загальні компетентності – 8</b>				
<b>ЗК1</b>		УМ1	К1	АВ1
<b>ЗК2</b>	ЗН2	УМ2		АВ1
<b>ЗК3</b>	ЗН1	УМ1	К1	АВ1
<b>ЗК4</b>	ЗН2	УМ1		АВ1
<b>ЗК5</b>		УМ1	К1	АВ2
<b>ЗК6</b>	ЗН2	УМ2	К1	АВ1
<b>ЗК7</b>	ЗН1	УМ1	К1	АВ3
<b>ЗК8</b>	ЗН1	УМ2		АВ3
<b>Спеціальні (фахові) компетентності – 11</b>				
<b>СК1</b>	ЗН1	УМ1		АВ3
<b>СК2</b>	ЗН2			АВ3
<b>СК3</b>	ЗН1	УМ2	К1	АВ1
<b>СК4</b>	ЗН2	УМ1	К1	АВ3
<b>СК5</b>	ЗН1	УМ2		АВ1
<b>СК6</b>	ЗН2	УМ1	К1	АВ1
<b>СК7</b>	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
<b>СК8</b>	ЗН2	УМ1	К1	АВ2
<b>СК9</b>	ЗН2	УМ2	К2	АВ3
<b>СК10</b>	ЗН1	УМ2	К2	АВ3
<b>СК11</b>			К1	АВ2



### 5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	БК1 БК2	БК3;БК4 БК5	БК6 БК7	БК8 БК9	БК10 БК11	БК12 БК13	БК14 БК15
<b>ЗК 1</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>ЗК 2</b>			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+
<b>ЗК 3</b>		+	+		+		+						+		+	
<b>ЗК 4</b>			+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
<b>ЗК 5</b>	+	+	+			+	+		+	+	+			+		
<b>ЗК 6</b>	+			+	+	+		+		+	+	+	+		+	+
<b>ЗК 7</b>				+	+	+	+	+		+		+	+	+		+
<b>ЗК 8</b>				+	+	+	+		+	+			+	+	+	
<b>СК 1</b>					+	+	+	+	+		+		+			
<b>СК 2</b>					+	+	+	+					+			
<b>СК 3</b>					+	+	+	+			+		+			
<b>СК 4</b>	+		+		+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
<b>СК 5</b>					+	+	+				+	+		+		+
<b>СК 6</b>					+		+	+	+	+	+			+	+	+
<b>СК 7</b>	+	+		+	+		+			+		+	+			+
<b>СК 8</b>				+	+		+	+	+		+			+		

**6. Матриця відповідності програмних результатів навчання (Р) відповідними компонентами освітньо-професійної програми**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	БК1 БК2	БК3;БК4 БК5	БК6 БК7	БК8 БК9	БК10 БК11	БК12 БК13	БК14 БК15
<b>P1</b>					+	+	+		+	+	+		+	+	+	+
<b>P2</b>					+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
<b>P3</b>					+	+	+				+	+	+	+		+
<b>P4</b>				+	+		+	+		+	+		+	+	+	+
<b>P5</b>	+					+			+	+	+			+	+	+
<b>P6</b>			+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+
<b>P7</b>		+			+			+	+		+	+		+		
<b>P8</b>	+	+	+			+				+			+			
<b>P9</b>					+		+	+	+	+	+		+	+	+	+
<b>P10</b>				+	+	+	+		+				+			
<b>P11</b>					+						+	+	+			+
<b>P12</b>					+		+	+		+		+	+	+	+	+
<b>P13</b>		+			+		+				+		+			
<b>P14</b>	+	+			+		+						+		+	
<b>P15</b>			+	+	+	+		+		+				+		+