

**Міністерство освіти і науки України**  
**Львівський національний університет імені Івана Франка**

**Стратегія**  
**розвитку кафедри маркетингу**  
**економічного факультету**  
**Львівського національного університету**  
**імені Івана Франка**  
**на 2026-2031 роки**  
**претендента на посаду завідувача**  
**доцента Городняк Ірини Василівни**

**Львів - 2026**

Програма розвитку кафедри маркетингу економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка на 2026-2031 роки на основі бачення майбутнього вищої освіти в Україні з урахуванням загальнолюдських та загальнодержавних цінностей, забезпечення принципів академічної свободи, засад демократичності та формування освітнього середовища підготовки фахівців із урахуванням особливостей сучасного світу, зміцнення ідеалів і принципів української національної та громадянської ідентичності.

Програму розроблено відповідно до:

1. Закону України «Про освіту»;
2. Закону України «Про вищу освіту»;
3. Стратегії розвитку Львівського національного університету імені Івана Франка на 2026-2030 роки;
4. Стратегії розвитку економічного факультету на 2024-2028 роки;
5. Пропозицій науково-педагогічних працівників, здобувачів різних рівнів вищої освіти, випускників кафедри маркетингу Львівського національного університету імені Івана Франка.

Кафедра маркетингу є структурним підрозділом економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка.

**Місія:** діяльність кафедри маркетингу спрямована на реалізацію потреб соціально-економічного розвитку суспільства шляхом підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють глибокими професійними знаннями та є конкурентоспроможними на ринку праці; проведення наукових досліджень у галузі маркетингу; формування національно-свідомої особистості як носія інтелектуального та інноваційного потенціалу.

**Візія:** кафедра маркетингу є провідним та визнаним в науково-освітньому середовищі структурним підрозділом Університету в галузі підготовки фахівців з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, знаннями та навичками для вирішення проблем і розв'язання складних задач в різних сферах національної економіки шляхом інтеграції освіти, наукових досліджень та інновацій.

#### **Цінності кафедри:**

**Освіта:** забезпечення високої якості освіти; постійне оновлення освітніх програм; підготовка конкурентоспроможних фахівців на сучасному ринку праці з урахуванням умов воєнного стану та цілей сталого розвитку; використання цифрових технологій в процесі навчання.

**Академічна свобода і доброчесність:** демократичність та відкритість як визначальні принципи організації навчального процесу; повага до прав та свобод його учасників; дотримання норм та засад академічної доброчесності.

**Студентоцентризм:** орієнтація на потреби студентів; створення можливостей для реалізації індивідуальної освітньої траєкторії; участь студентів у програмах академічної мобільності; створення умов безбар'єрної освіти.

**Професійний розвиток викладачів:** постійне вдосконалення викладацької майстерності та підвищення кваліфікації; участь у програмах академічної мобільності; заохочення публікаційної активності викладачів.

**Міжнародна співпраця:** налагодження співпраці з міжнародними закладами освіти та науки; участь викладачів у міжнародних програмах обміну, грантах, проектах, конференціях, тощо.

**Співпраця зі стейкхолдерами:** розвиток партнерських відносин з

роботодавцями та фахівцями-практиками, залучення їх до процесу оновлення освітніх програм, реалізації спільних проєктів, проведення гостьових лекцій.

***Національне та патріотичне виховання:*** зміцнення ідеалів і принципів української національної та громадянської ідентичності; формування активної громадянської позиції, державницького світогляду і соціальної відповідальності у всіх учасників освітнього процесу; підтримка політики національної пам'яті та вшановування Героїв.

### **Склад кафедри**

Підготовку бакалаврів та магістрів за спеціальністю «Маркетинг» у Львівському національному університеті імені Івана Франка здійснюють з 2008 року: спочатку на базі кафедри економічної теорії, а з 2010 року – кафедри економічної теорії та маркетингу. Кафедру маркетингу засновано у 2013 році після поділу кафедри економічної теорії та маркетингу. Увесь цей час кафедру маркетингу очолював доктор економічних наук, професор Майовець Євген Йосифович.

Професорсько-викладацький склад кафедри становить 15 осіб за основним місцем праці: завідувач кафедри (професор), 1 доктор економічних наук (професор); 1 кандидат економічних наук (професор), 1 доктор економічних наук (доцент), 9 кандидатів економічних наук (доценти), 1 кандидат соціологічних наук (доцент), 1 кандидат технічних наук (доцент), 2 кандидати економічних наук перебувають у відпустці по догляду за дитиною. Середній вік викладачів – 49 років.

### ***Освітня діяльність кафедри маркетингу***

Кафедра здійснює підготовку здобувачів за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти (денною та заочною формами здобуття освіти), другим (магістерським) рівнем вищої освіти (денною та заочною формами здобуття освіти) та третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти (денною та вечірньою формами здобуття освіти) за освітніми програмами «Маркетинг» спеціальностей 075 «Маркетинг» та D5 «Маркетинг». Усі освітні програми підготовки здобувачів акредитовано НАЗЯВО. Зокрема, ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (гарант доц. Городняк І.В.) акредитовано в 2021 році, другого (магістерського) рівня вищої освіти (гарант проф. Майовець Є.Й.) – в 2022 році та третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (гарант

проф. Яворська Т.В.) – в 2026 році.

Викладачі кафедри забезпечують викладання понад 40 навчальних нормативних та вибіркових дисциплін для здобувачів першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за освітніми програмами «Маркетинг» спеціальностей 075 «Маркетинг» та D5 «Маркетинг», а також викладання нормативної навчальної дисципліни «Маркетинг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх освітніх програм економічного факультету. Середнє навантаження на одного викладача кафедри складає близько 600 годин.

У 2025-2026 році кількість студентів денної форми здобуття освіти становить 749 осіб та заочної форми – 106 осіб першого (бакалаврського) і другого (магістерського) рівнів вищої освіти. Також на кафедрі навчаються 8 здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти.

### **Стратегічні завдання:**

#### ***I. Освіта***

#### ***Освіта для зміцнення обороноздатності та повоєнної відбудови України***

*Висока якість освітніх послуг.* Освітню діяльність кафедри маркетингу спрямовано на забезпечення високої якості освіти, реалізацію навчання протягом життя та підготовку конкурентоспроможних фахівців на сучасному ринку праці з урахуванням умов воєнного стану, повоєнної відбудови України та цілей сталого розвитку.

*Оновлення освітніх програм та навчальних планів.* Регулярний перегляд та оновлення освітніх програм з урахуванням змін стандартів вищої освіти, тенденцій на ринку праці, опитувань здобувачів та інших груп стейкхолдерів; модернізація освітніх програм шляхом введення нових освітніх компонент та спеціальних компетентностей, спрямованих на зміцнення обороноздатності держави, повоєнної відбудови України відповідно до цілей сталого розвитку та врахування їх в процесі оновлення тем курсових, кваліфікаційних робіт магістра та дисертаційних робіт.

*Акредитація освітніх програм.* Відповідно до графіків проходження акредитації проведення постакредитаційного моніторингу освітніх програм

першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти.

*Інноваційність в освіті.* Підтримка та поширення інновацій в методиках викладання та навчання; інтеграція результатів наукових досліджень в освітній процес; впровадження нових навчальних курсів з урахуванням тенденцій ринку праці та умов воєнного стану, що буде спрямовано на зміцнення обороноздатності та повоєнну відбудову України

*Покращення навчально-методичного забезпечення освітнього процесу.* Підготовка викладачами кафедри навчальних підручників та/або посібників, практикумів та інших навчальних видань з нормативних та вибіркового навчальних дисциплін.

*Безбар'єрна освіта.* Забезпечення якісного і повного подання своєчасної інформації на веб-сторінці кафедри; регулярне оновлення сторінок викладачів та їхніх профілів у наукометричних базах даних; доступ до освітніх програм та навчальних планів; створення і наповнення репозиторію навчальних матеріалів.

*Моніторинг якості освітнього процесу.* Систематичне отримання зворотного зв'язку шляхом проведення опитувань здобувачів освіти, випускників, роботодавців та інших груп стейкхолдерів; активне залучення їх до оновлення освітніх програм.

*Профорієнтаційна діяльність.* Участь викладачів кафедри, здобувачів освіти та випускників у заходах з профорієнтації, таких як Дні відкритих дверей, Форум кар'єри та інших профорієнтаційних заходах Університету та економічного факультету, що сприятиме підвищенню інтересу вступників до спеціальності «Маркетинг» за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнями вищої освіти; постійне оновлення презентаційних матеріалів та інформації для абітурієнтів на сторінці кафедри та в соціальних мережах.

### ***Розвиток людини***

*Студентоцентризм.* Орієнтація на потреби студентів; створення рівних можливостей навчання та умов безбар'єрної освіти; налагодження постійного зворотного зв'язку зі студентами через роботу радників академічних груп та проведення опитувань.

*Формування індивідуальних освітніх траєкторій студентів.* Створення можливостей для реалізації індивідуальної освітньої траєкторії; участь студентів у програмах академічної мобільності; вільний вибір дисциплін та баз практик; можливості участі у неформальній та інформальній освіті.

*Підвищення кваліфікації викладачів.* Проходження викладачами стажувань у закордонних та вітчизняних закладах вищої освіти, курсів підвищення кваліфікації; участь в програмах академічної мобільності. Кафедра маркетингу є членом ГО «Українська Асоціація Маркетингу», що дає змогу викладам кафедри брати участь у різноманітних наукових заходах, зустрічах з професіоналами-практиками, курсах та семінарах з підвищення кваліфікації. Обов'язкове підвищення кваліфікації викладами кафедри в обсязі не менше 6 кредитів ЄКТС (180 годин) на 5 років. Рейтингування викладачів кафедри за рівнем професійної компетенції та ефективності роботи відповідно до «Положення про оцінювання роботи та визначення рейтингів наукових, науково-педагогічних і педагогічних працівників Університету».

*Академічна свобода і доброчесність.* Дотримання принципів демократичності та відкритості в організації освітнього процесу; повага до прав та свобод його учасників; дотримання норм та засад академічної доброчесності усіма учасниками освітнього процесу; проведення заходів щодо популяризації академічної доброчесності; ознайомлення працівників та здобувачів з «Положенням про забезпечення академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка» та підписання «Декларації про дотримання академічної доброчесності»; перевірка наукових публікацій, наукових робіт, курсових робіт, звітів з практики, кваліфікаційних робіт магістра на плагіат.

## ***II. Партнерство та інтернаціоналізація в освіті***

*Інтернаціоналізація в освіті.* Налагодження партнерських відносин із закордонними закладами освіти; активізація міжнародної академічної мобільності викладачів та здобувачів освіти; збільшення кількості закордонних публікацій та участі в міжнародних проєктах і наукових конференціях; залучення гостьових лекторів з закордонних закладів освіти.

*Партнерство з роботодавцями.* Залучення роботодавців до перегляду та

оновлення освітніх програм; підписання угод про співпрацю та проходження виробничих практик здобувачами; залучення роботодавців та маркетологів-практиків як гостьових лекторів до викладання окремих навчальних дисциплін.

*Англомовні курси.* Збільшення кількості англомовних курсів для здобувачів першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти.

### ***III. Цифрова трансформація в освіті***

*Цифровізація освіти.* Розробка, сертифікація та використання викладачами кафедри у навчальному процесі системи електронного навчання MOODLE; проходження викладачами курсів щодо вдосконалення навичок використання цифрових технологій в освітньому процесі; інформаційне наповнення системи «Деканат» (навантаження викладачів, сітка годин).

*Змішаний формат навчання.* Використання змішаного формату навчання, розширення можливостей дистанційних форм викладання і навчання з метою забезпечення безбар'єрності в освіті, особливо для здобувачів заочної форми здобуття освіти, осіб з особливими потребами, ветеранів тощо.

*Цифрові компетентності.* Підвищення цифрових компетентностей, ефективності використання інструментів штучного інтелекту, технологій обробки інформації викладачами через стажування та проходження відповідних курсів, тренінгів тощо, а також формування при оновленні освітніх програм спеціальних компетентностей і програмних результатів навчання та відповідних навчальних компонент, спрямованих на набуття здобувачами відповідних цифрових компетентностей.

### ***IV. Наука та інновації***

*Актуальність наукових досліджень.* Проведення наукових досліджень викладачами та здобувачами, зокрема аспірантами кафедри щодо вирішення актуальних проблем економіки і маркетингу з урахуванням питань повоєнної відбудови України та сталого розвитку. З січня 2026 року науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу в межах робочого часу працюють над науково-дослідною темою «Філософія сучасного маркетингу в умовах глобальних змін» номер державної реєстрації: 0126U000982. Науковий керівник – проф. Майовець Є.Й. Розвивати співпрацю з установами Національної академії

наук України.

*Наукові заходи.* Участь викладачів та здобувачів кафедри у міжнародних та всеукраїнських конференціях, круглих столах тощо; організація та проведення кафедрою маркетингу Всеукраїнської науково-практичної конференції.

*Підготовка кадрів та підвищення наукової кваліфікації.* Підготовка та захист здобувачами третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії; захисти викладачами кафедри дисертацій на здобуття ступеня доктора наук; отримання викладачами кафедри вчених звань професора та доцента; проведення науково-практичних семінарів з метою апробації та представлення результатів наукових досліджень аспірантів кафедри.

*Публікаційна активність.* Публікація результатів наукових досліджень викладачів та аспірантів у монографіях, наукових журналах, що індексовано у міжнародних наукометричних базах та фахових виданнях України, зокрема Львівського університету, участь у міжнародних та вітчизняних конференціях та інших наукових заходах з метою підвищення наукової кваліфікації, а також підвищення впізнаваності та наукової репутації Університету.

*Студентська наукова робота.* Підготовка здобувачами наукових робіт та участь у конкурсах; публікація здобувачами наукових статей; участь у міжнародних та вітчизняних конференціях та інших наукових заходах; організація роботи студентсько-аспірантського наукового гуртка, який сприяє поглибленню здобувачами вищої освіти теоретичних знань та вдосконаленню практичних навичок за напрямками: використання різноманітних маркетингових інструментів в умовах невизначеності, використання маркетингових інструментів впливу на поведінку споживачів на ринках товарів кінцевого споживання та товарів промислового призначення, актуальні питання цифрового маркетингу, соціально-відповідального маркетингу та маркетингу сталого розвитку.

## ***V. Культура та корпоративна етика***

*Національна ідентичність:* Популяризація української мови, історії та культури; активізація роботи порадників академічних груп у напрямку постійної інформаційної підтримки студентів у освітньому процесі згідно з «Положенням про порадника Львівського Університету»; здійснення порадниками

національно-патріотичного виховання та особистісного розвитку молоді; відвідування студентами музею Університету, Наукової бібліотеки тощо.

*Соціальні активності.* Формування соціальної відповідальності всіх учасників освітнього процесу шляхом участі в заходах присвячених вшануванню Героїв та у соціальних та волонтерських проєктах, зокрема спрямованих на допомогу Збройним Силам України; мистецьких та спортивних заходах, а також у заходах щодо формування культури ековідповідальності та енергоощадності.

**Основні показники діяльності  
кафедри маркетингу на 2026-2031 роки**

№	Показник	Значення	Строк виконання
1	Перегляд та оновлення освітніх програм першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти відповідно до впровадження нових Стандартів, опитувань здобувачів й пропозицій інших груп стейкхолдерів; розробка спеціальних компетентностей, спрямованих на зміцнення обороноздатності держави, повоєнну відбудову України з урахуванням цілей сталого розвитку.	щороку	2027 2028 2029 2030 2031
2	Розроблення та впровадження в освітній процес підготовки здобувачів першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти дисциплін, які викладають англійською мовою.	>1	2027 2028 2029 2030 2031
3	Оновлення змісту нормативних та вибіркового навчальних курсів, тем курсових та кваліфікаційних робіт магістра, дисертаційних робіт відповідно до оновлення освітніх програм та набуття спеціальних компетентностей, спрямованих на зміцнення обороноздатності держави, повоєнну відбудову України з урахуванням цілей сталого розвитку.	щороку	2027 2028 2029 2030 2031
4	Акредитація освітніх програм спеціальності «Маркетинг:	відповідно до терміну дії	2028 2031


	першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у 2028 р., другого (магістерського) рівня вищої освіти у 2028 р., третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти у 2031 р.	сертифікатів про акредитацію	
5	Постмоніторинг освітніх програм з метою їхнього оновлення, вдосконалення та врахування зауважень і рекомендацій, отриманих у процесі акредитації.	щороку	2027 2028 2029 2030 2031
6	Опитування здобувачів першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти щодо оцінки якості освітніх програм і навчальних дисциплін та отримання пропозицій щодо оновлення освітніх програм.	щороку щосеместрово	2027 2028 2029 2030 2031
7	Активізація розроблення та впровадження в навчальний процес електронних навчальних курсів за нормативними навчальними дисциплінами в системі електронного навчання MOODLE.	100%	2031
8	Участь викладачів кафедри, здобувачів освіти та випускників у заходах з профорієнтації, таких як Дні абітурієнта, Форум кар'єри інших профорієнтаційних заходах Університету та економічного факультету (на одного науково-педагогічного працівника).	>10	2027 2028 2029 2030 2031
9	Збільшення кількості публікацій у наукових виданнях (журналах), які індексуються у наукометричних базах даних Scopus та/або Web of Science (на одного науково-	>0,2	2027 2028 2029 2030

	педагогічного працівника).		2031
10	Збільшення кількості публікацій у наукових виданнях, включених до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б» на одного науково-педагогічного працівника.	>1	2027 2028 2029 2030 2031
11	Збільшення кількості монографій (розділів монографій) на одного науково-педагогічного працівника кафедри. Підготовка викладачами кафедри колективної та/або одноосібної монографії.	>1	2030 2031
12	Підвищення рівня захищених дисертацій на здобуття ступеня доктора філософії до кількості випускників аспірантури.	1	2027 2028 2029 2030
13	Сприяння науково-педагогічним працівникам у проходженні довготривалого (не менше 3-х місяців) наукового стажування в іноземних ЗВО на одного працівника.	>0,05	2031
14	Збільшення кількості наукових міжнародних семінарів, конференцій на одного науково-педагогічного працівника.	>0,05	2027 2028 2029 2030 2031
16	Ведення веб-ресурсів та соціальних мереж кафедри. Активізація оновлення сторінок викладачів та їхніх профілів у наукометричних базах даних; доступ до освітніх програм та навчальних планів.	>60% >65% >70% >75% >80%	2027 2028 2029 2030 2031
17	Інформаційне наповнення системи «Деканат» (навантаження викладачів, сітка годин).	100%	2027 2028

			2029 <sup>14</sup> 2030 2031
18	Зростання кількісних показників академічної мобільності викладачів та здобувачів першого (бакалаврського), другого (магістерського) та третього (освітньо-наукового) рівнів вищої освіти.	>1	2031
19	Подання заявки на інституційний міжнародний проєкт.	>1	2031
20	Укладення договору про співпрацю з новим партнером.	>1	2031
21	Залучення гостьових зарубіжних лекторів у навчальний процес.	>1	2027 2028 2029 2030 2031

Претендент на посаду завідувача

кафедри маркетингу,

кандидат соціологічних наук, доцент  Ірина ГОРОДНЯК

Декан економічного факультету

кандидат економічних наук, професор  Ростислав МИХАЙЛИШИН