

Аналітичний звіт

за результатами громадського обговорення ОПШ «Маркетинг» (проект) першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузь знань 07 «Управління та адміністрування» (2023 р.)

№п/п	Стейкхолдер	Пропозиції	Обґрунтування	Результати обговорення
1.	Кошелева Наталія Сергіївна, генеральний директор ТОВ «Виробниче підприємство Вільнянський молокозавод»	Доцільно приділити більше уваги сучасним технологіям та інструментам маркетингу, зокрема цифровому маркетингу та маркетингу в мережі Інтернет	Ввести в навчальний план дисципліну, яка б навчила студентів користуватися можливостями соціальних мереж, Google, месенджерів тощо	Враховано. Дисципліну «Інтернет маркетинг» перевели до обов'язкових компонент та виділили 6 кредитів на її вивчення.
2.	Корольков В.В., декан ФЕУ	1. Прибрати з першого курсу всі вибіркові дисципліни	Здобувачі освіти, які поступають на перший курс не мають достатньо часу ознайомитися з процедурою вибору дисциплін; Здобувачі ще не знайомі з освітньою програмою, і можуть не досить чітко розуміти які дисципліни є для них необхідними для набуття навичок та компетенцій.	Враховано. В плані 2023 року здобувачі освіти отримують можливість робити вибір дисциплін з другого курсу (3-8 семестри)
		2. Максимально уніфікувати освітню програму з іншими програмами кафедр факультету в розрізі загальних дисциплін за семестрами викладання,	Гуманітарні та соціально-економічні дисципліни, які викладаються всім здобувачам освіти галузі знань 07 та не є вузькоспеціалізованими для них слід викладати у великих потоках, для зменшення навантаження на	Враховано. В плані 2023 року дисципліни гуманітарні та соціально-економічні дисципліни будуть викладатися паралельно з іншими освітніми програмами, наприклад

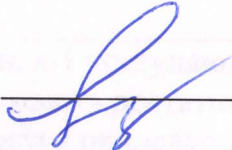
		кредитами.	викладачів та можливості більшої спеціалізації на старших курсах.	«Менеджмент організацій» з рівною кількістю кредитів.
3.	Остріченко Валерія, студентка ФЕУ-410	1. Скоротити кількість курсових робіт, які вкинуться здобувачами освіти	По-перше, дисципліна «Маркетинг» викладається на другому курсі, а перша практика студентів на – третьому, наприкінці шостого семестру, і тому не просто збирати матеріали для написання курсової роботи. Дисципліна «Маркетингові дослідження» хоч і викладається в шостому семестрі, але також до виробничої практики, тож треба змінити формат роботи, щоб спростити процес пошуку інформації для практичної частини. По-друге, треба скоротити здобувачам освіти навчальне навантаження, щоб вони могли більше уваги приділити академічній мобільності, участі у творчих конкурсах, кейс-чемпіонатах тощо.	Враховано. Курсові роботи з дисциплін «Маркетинг» та «Маркетингові дослідження» прибрано з навчального плану. В плані залишено лише міждисциплінарну курсову роботу «Товарна та цінова політика в маркетингу», яка виконується в 7 семестрі, та призвана узагальнити знання та навички здобувачів освіти з фахових дисциплін.
		2. Бажано отримувати більше практичних навичок в інтернет-маркетингу.	Інтернет-маркетинг постійно знаходиться у русі, і теорію можна почитати в різних джерелах, а практичні навички потребують розвитку.	Враховано. Дисципліну «Інтернет маркетинг» на 70% зробити практичною.
4.	Доц. Павлішина Н.М., каф. «Маркетинг та логістика»	Не погодитись з виключенням з навчального плану курсової роботи з дисципліни «Маркетингові дослідження»	Курсова робота необхідна для формування практичних навичок та дослідницьких компетенцій.	Враховано. Курсову роботу замінено на аналітично-дослідницький проект, що виконується в межах дисципліни «Маркетингові

				дослідження» протягом семестру та виконання якого є обов'язковою умовою для допуску до екзамену з дисциплін.
--	--	--	--	--


Гарант освітньої програми:
доцент, к.е.н.


Ю.О. Соколова


Члени проєктної групи:
професор, д.е.н.


В.В. Лифар

доцент, к.е.н.


Н.М. Павлішина

студентка гр. ФЕУ-410


В.В. Остріченко