

Аналітичний звіт

за результатами громадського обговорення ОПП «Маркетинг» (проект) другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузь знань 07 «Управління та адміністрування» (2024 р. вступу)

№ п/п	Стейкхолдер	Пропозиції	Обґрунтування	Результати обговорення
1.	Пучков О.В., директор ТОВ «УРОЖАЙ»	Впровадити в робочі програми освітніх компонент «Цифровий маркетинг», «Маркетинг інновацій та електронні комунікації в маркетингу» вивчення технологій та додатків, призначених, наприклад, для створення контенту в соціальних мережах.	Дозволять сформувати у здобувачів освіти компетентність роботи з штучним інтелектом. Рецензія додається.	Враховано.
		Розширити перелік ПРН в освітній програмі, більш чітко визначити результати навчання, пов'язані з цифровим маркетингом, соціальною відповідальністю, рекламною діяльністю.	Якщо студенти під час навчання отримують додаткові ПРН, не визначені у стандарті, то їх треба обов'язково зазначити.	Враховано. Сформульовано три додаткових ПРН.
2.	Соколова Ю.О., доцент кафедри «Маркетинг та логістика»	Додати в дисципліну «Маркетинговий менеджмент» індивідуальне розрахункове завдання.	Необхідність набуття компетенції аналізу ринку та оцінки рівня конкуренції, оскільки українські підприємства опинилися в умовах зростання конкуренції з боку іноземних компаній та втрати конкурентних переваг довоєнного часу.	Прийняти та розробити методичні рекомендації.

3.	Момот К.Е., директор з маркетингу ТОВ «Виробниче підприємство Вільнянський молокозавод»	Залучити до викладання дисципліни «Цифровий маркетинг» фахівців-практиків.	На сьогоднішній день фахівці з маркетингу повинні бути більш обізнаними у цій сфері.	Буде враховано за наявності фахівця.
		Розширити перелік первинних посад, які може займати випускник.	Показати можливості щодо працевлаштування.	Буде враховано.
4.	Глинський Н.Ю., в.о. завідувача кафедри маркетингу та логістики НУ «Львівська політехніка», д.е.н., доц.	Рецензована ОПІ ґрунтується на фундаментальних положеннях з маркетингу, орієнтована на органічне поєднання сучасних теоретичних і прикладних аспектів дослідження, що розширює світоглядне сприйняття здобувачами вищої освіти сучасних викликів маркетингу та розуміння міждисциплінарного характеру даної спеціальності.	Рецензія додається.	Пропозицій та зауважень немає.
5.	Терещенко Т.А., начальник служби персоналу компанії «КЛІОН-груп»	Конкретизувати в ОП ті інформаційні системи і програмні продукти, які використовують викладачі в роботі зі студентами.	Потрібно більш чітко представлення тих програмних продуктів, з якими працюють студенти. Рецензія додається.	Враховано у розділі 1.8 Інформаційне та навчально-методичне забезпечення.
6.	Мізін Анастасія, випускниця кафедри 2023 р., співробітник іміджевого центру НУ «Запорізька політехніка»	Додати до переліку обов'язкових дисциплін навчальну дисципліну «Англійська мова професійного спрямування».	Під час вивчення англійської мови, студенти-магістри зможуть освоюють професійну маркетингову термінологію, розширити розуміння її значення. Заняття з англійської мови допоможуть студентам більш професійно здійснювати маркетингові дослідження, які	Враховано. Дисципліну додано в навчальний план 2024 р. вступу як обов'язкову «Іноземна мова професійного спрямування».

			виходять за межі українського ринку, дозволяючи бути в курсі глобальних тенденцій у цій галузі.	
7.	Довжик Валерія Сергіївна, випускниця кафедри 2021 р., менеджер з маркетингу компанії ТОВ «Восток Автомир»	Проводити пари, які б узагальнювали вивчений матеріал з декількох дисциплін, наочно показували, які саме завдання в них можуть бути на роботі в майбутньому. Вирішувати треба не тільки якісь задачі, але й ситуативні приклади.	Проведення таких занять допоможе студентам не боятись йти працевлаштуватися, бо вони будуть знати, що їх очікує не тільки на співбесіді, а й на самому робочому місці.	Доцільно врахувати у межах певних обов'язкових дисциплін, можливо із залученням фахівців-практиків.
8.	Діденко Вікторія, Тоцький Максим, студенти гр. ФЕУ-413м	Додати в освітню програму пари або дисципліни, які були б актуальні на сьогоднішній день, в залежності від сьогоденних трендів, наприклад, СММ, штучний інтелект і т. п.	Відповідність сучасним тенденціям в бізнесі та економіці.	Буде враховано в дисципліні «Цифровий маркетинг» у вигляді певних тем.

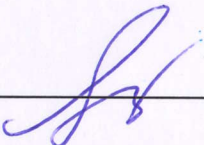
Гарант освітньої програми,
професор, д.е.н.

Члени робочої групи:

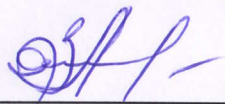
доцент, д.е.н.

доцент, к.е.н.


студентка групи ФЕУ-413м



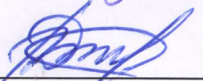
Владислава ЛИФАР



Анастасія ЗЕРКАЛЬ



Юлія СОКОЛОВА



Вікторія ДІДЕНКО