

## Аналітичний звіт

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

| № п/п | Стейкхолдер / члени проєктної групи  | Пропозиції  | Обґрунтування  | Результати обговорення  |
|-------|--|---|--|---|
| 1.    | <b>Лифар Владислава Віталіївна,</b><br>завідувач кафедри «Маркетинг та логістика»,<br>д.е.н., професор | Змінити назву навчальної дисципліни «Маркетингове ціноутворення» на «Ціноутворення»   | Назва «Ціноутворення» є більш широкою, що дозволяє розширити тематичне наповнення дисципліни та забезпечити більше охоплення програмних результатів навчання.  | Враховано.<br>Назву дисципліни змінено                                |
| 2     | <b>Соколова Юлія Олександрівна,</b><br>доцент кафедри «Маркетинг та логістика»                         | <p>1. Додати до загальних компетентностей, які формуються освітньою програмою – ЗК з порядковим номером 15 «Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності».</p> <p>2. Додати до програмних результатів навчання, які формуються освітньою програмою – ПРН з порядковим номером 20. «Оволодіти культурологічним понятійно-категоріальним апаратом, розуміти сутність взаємозв'язків, виокремлювати основні закономірності</p> | <p>Додати в освітню програму нову загальну компетентність у відповідності до Наказу Міністерство освіти і науки України №842 від 13.06.2024 р. «Про внесення змін до деяких стандартів вищої освіти»</p> <p>Додати в освітню програму новий програмний результат навчання ПРН 20 та відповідну ЗК16 у відповідності до наказу №254 від 07.06.2023 р. «Про планування освітнього процесу за освітніми ступенями «бакалавр» та «магістр» на 2023/2024 р. та рішенням</p> | <p>Враховано.<br/>Додано в ОПП</p> <p>Враховано.<br/>Додано в ОПП</p> |

|  |   |   |                                    |
|--|---|---|------------------------------------|
|  | <p>формування та етапи розвитку національної та європейської культури від давнини до сучасності, розпізнавати імена видатних діячів духовної культури людства» та відповідну до нього загальну компетентність з порядковим номером 16 «Здатності міжособистісної взаємодії, здатність діяти по-громадянськи свідомо та соціально відповідально, розуміти та використовувати основні культурологічні поняття у повсякденному житті, порівнювати розвиток української культури з розвитком культур інших народів світу, зокрема культур Західної Європи, орієнтуватися в основних напрямках сучасної української культури, вміти дати їм об'єктивну оцінку та науково обґрунтовану характеристику, здатність змістовно і послідовно аналізувати основні культурні епохи, їх історико-культурні пам'ятки, а також володіти основними елементами культурного етикету та виявляти свою всебічну обізнаність в питаннях української культури».</p> <p>3. Додати до програмних результатів навчання, які формуються освітньою програмою – ПРН з порядковим номером 21. «Орієнтуватися на</p> | <p>Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 21 червня 2022 р. про історико-культурну складову освітнього процесу (протокол №16 від 26.11.2019 р. <a href="https://cutt.ly/YKSPTvR">https://cutt.ly/YKSPTvR</a>)</p> <p>Для забезпечення реалізації в освітній програмі цілей сталого розвитку ООН, а також забезпечення відповідності нової ЗК 15 додати в</p> | <p>Враховано.<br/>Додано в ОПП</p> |
|--|---|---|------------------------------------|


|    |   |   |   |  |
|----|---|---|---|--|
|    |   | <p>досягнення цілей сталого розвитку при здійсненні маркетингової діяльності» та відповідну до нього фахову компетентність з порядковим номером 16 «Здатність реалізовувати маркетингову діяльність підприємства в контексті цілей сталого розвитку».</p>                       | <p>освітню програму новий програмний результат навчання ПРН 21 та відповідну СК16.</p>  |  |
|    |   | <p>4. Додати до програмних результатів навчання, які формуються освітньою програмою – ПРН з порядковим номером 22. «Розробляти та реалізовувати маркетингові плани тактичного рівня з урахуванням галузевих та регіональних особливостей господарювання ринкових суб'єктів»</p> | <p>Враховуючи мету ОПП та її націленість на задоволення потреб у фахівцях з маркетингу підприємств, установ та організацій з орієнтацією на регіональні та галузеві особливості, для кращого забезпечення освітніми компонентами програми виконання мети додати відповідний ПРН 22.</p> | <p>Враховано.<br/>Додано в ОПП</p>   |
| 3. | <p><b>Терещенко Тетяна Анатоліївна,</b><br/>директор<br/>Фінансового департаменту<br/>ТОВ «КЛІОН»</p> | <p>Збільшення практичних занять в дисципліні «Інтернет-маркетинг»</p>   | <p>Практичні навички, що отримані в результаті вивчення дисципліни є, сьогодні, найбільш затребуваними на ринку праці серед роботодавців.</p>   | <p>Враховано. В 6 семестрі в ОПП запроваджено обов'язкову компоненту «Маркетинг соціальних мереж», що дозволило прибрати окремі теми з плану дисципліни «Інтернет-маркетинг» та наповнити його</p> |

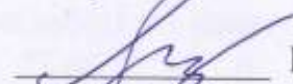
|    |  |  |   |  |
|----|--|--|---|--|
|    |  |  |   | додатковими темами та практичними заняттями  |
| 4. | <b>Панчанко Єлізавета Андріївна,</b><br>студентка БТЕ-1111 (ФЕУ-411) | 1. Спростити програму дисципліни «Вища математика для економістів» та адаптувати її більше для економічних спеціальностей, зробити її менш академічною | Хоча дисципліна і має назву «Вища математика для економістів» вона надто академічна та загальна, не має адаптації для маркетологів. | Враховано. В 1 семестрі заплановано освітню компоненту «Математика для економістів», яка об'єднала освітні компоненти «Вища математика для економістів» та «Теорія ймовірності та математична статистика», зміст тем якої дозволяє опанувати майбутнім бакалаврам з маркетингу необхідні компетентності для опанування |


|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | інших освітніх компонент   |
|  |  | 2. Збільшення кількості дисциплін, пов'язаних з інтернет-маркетингом та цифровим середовищем. Зокрема, приділяти більше уваги маркетингу соціальних мереж. | Однієї обов'язкової компоненти «Інтернет-маркетинг» недостатньо для якісного опанування всіх необхідних навичок роботи з його інструментами та технологіями. Необхідно додати інші обов'язкові компоненти за різними напрямками Інтернет-маркетингу. | Враховано. В 6 семестрі заплановано обов'язкову освітню компоненту «Маркетинг соціальних мереж». |

гарант освітньої програми:

члени проєктної групи:

  
Юлія СОКОЛОВА

  
Владислава ЛИФАР

  
Ніна ПАВЛІШИНА

  
Валерій КРАЙНІЙ