

## ПРОТОКОЛ № 8

### засідання робочої групи

з підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньою професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування

06.09. 2021 р.

#### Присутні:

1. Данилюк Т.І., к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та безпеки підприємств, гарант освітньої програми;
2. Павлов К.В., д.е.н., проф, завідувач кафедри підприємництва і маркетингу, професор кафедри аналітичної економіки та природокористування;
3. Лялюк А.М., к.е.н., доц., доцент кафедри економіки і підприємництва та інноваційної діяльності;
4. Буняк Н.М., к.е.н., доц., доцент кафедри економіки і підприємництва та інноваційної діяльності;
5. Щербакова А.О. – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти;
6. Галянт С.Р. – перший заступник голови правління ПАТ «Волиньгаз».

#### Порядок денний:

1. Про обговорення каталогу вибіркових освітніх компонентів освітньо-професійної програми підготовки здобувачів за ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти за спеціальністю 075 Маркетинг згідно затвердженого плану у 2021 р.

**СЛУХАЛИ:** Гаранта освітньої програми доц. Данилюк Т. І. про формування каталогу освітніх компонентів освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти за спеціальністю 075 Маркетинг згідно затвердженого плану у 2021 р. Доц. Данилюк Т. І. звернула увагу на те, що саме цикл вибіркових освітніх компонент формує індивідуальну освітню траєкторію здобувачів вищої освіти. Гарант освітньої програми запропонувала з урахуванням висловлених пропозицій стейкхолдерів, громадського обговорення та з урахуванням досвіду вітчизняних та зарубіжних ЗВО розробити каталог вибіркових компонент згідно навчального плану 2021 р.

**ВИСТУПИВ:** Завідувач кафедри підприємництва і маркетингу проф. Павлов К.В., який зазначив, що освітню компоненту «Потенціал і розвиток бізнесу» варто звузити, згідно ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів, ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків, ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу та ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному. Тому,

до переліку вибірових освітніх компонент варто включити таку освітню компоненту, як «Бенчмаркінг» та «Конкурентні стратегії», оскільки актуальність цих компонент являє собою спосіб вивченні діяльності господарюючих суб'єктів, перш за все конкурентів, з метою використання їх позитивного досвіду безпосередньо у здійсненні основних напрямків маркетингової діяльності.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

**ВИСТУПИЛА:** Член групи забезпечення доц. Лялюк А.М., яка зазначила важливість введення в цикл вибірових освітньої компоненти «Новітній маркетинг», що пов'язана із викликами сьогодення: турбулентність середовища ініціює пошук нових підходів для розв'язання завдань маркетингу різних видів економічної діяльності, які б урахували сучасні реалії розвитку соціально-економічних процесів (глобалізація економіки, взаємопроникнення різних культур, формування світового ринку знань тощо), нові можливості, що спричинені цифровізацією процесів, інформатизацією людської діяльності та швидкості оновлення інформації. Доц. Лялюк А.М. обґрунтувала необхідність введення в освітню програму цієї компоненти.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

**ВИСТУПИЛА:** Член групи забезпечення доц. Буняк Н.М., яка відзначила, що однією із сфер застосування сучасного маркетингу закономірно стає фінансовий ринок, якому притаманні родові властивості сфери обміну у зв'язку з пропозицією і розширенням купівлі-продажу спектру фінансових послуг. Сьогодні стає очевидним необхідність переходу від фрагментарного використання маркетингу в секторах фінансового ринку до системного застосування його принципів і технологій. Тому, вивчення освітньої компоненти «Фінансовий маркетинг» допоможе учасникам фінансового ринку вміло здійснювати операції на ньому, формувати альтернативні стратегії розвитку бізнесових одиниць на ринку фінансових активів, розробляти нові фінансові продукти і послуги, реалізовувати ефективну продуктову та цінову політику, цілеспрямовано формувати систему взаємодії покупців і продавців фінансових активів, комплексно взаємодіючи з клієнтами та іншими діловими партнерами.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

**ВИСТУПИВ:** Галянт Сергій Романович, який зазначив, що сьогодні існує комплекс прийомів, методів і технологій, що формується на перетині економічної теорії, нейробіології та психології. Зазначив, що нейромаркетинг є однією з найефективніших сучасних технологій, що ґрунтується на статистичному опрацюванні даних, отриманих у процесі психофізіологічних досліджень. Об'єктом вивчення нейромаркетингу є широкий спектр реакцій у поведінці людини: дослідження змін динаміки пульсу, процесу потовиділення, струмів мозку, рухів зіниць та інших спонтанних реакцій, активно використовується магнітно-резонансне сканування головного мозку. Тому, варто до переліку вибірових освітніх компонент варто включити й таку освітню компоненту, як «Нейромаркетинг».

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

**ВИСТУПИЛА:** Здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти першого курсу гр. Маркет-27 Щербакова А.О., яка запропонувала ввести вибіркoву освітню компоненту «Мерчандайзинг», що зумовлена необхідністю застосування широкого спектра сучасних засобів і заходів маркетингових комунікацій для просування бренда.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

**УХВАЛИЛИ:**

1. Затвердити перелік вибіркoвих освітніх компонентів згідно з таблицею.

Дисципліна	Викладач	Семестр
ВД 1 Бенчмаркінг Конкурентні стратегії	Сак Т.В. Сак Т.В.	2 курс 3 семестр, 2022 р.
ВД 2 Проектування маркетингової служби підприємства Новітній маркетинг	Данилюк Т.І. Данилюк Т.І.	2 курс 4 семестр, 2023 р
ВД 3 Інфраструктура товарного ринку Трейд-маркетинг	Данилюк Т.І. Данилюк Т.І.	3 курс 5 семестр 2023 р.
ВД 4 Товарознавство Економіка та організація торгівлі	Лялюк А.М. Лялюк А.М.	
ВД 5 Реклама в системі маркетингу Прямий маркетинг	Шостак Л.В. Шостак Л.В.	3 курс 6 семестр 2024 р.
ВД 6 Бренд-маркетинг Мерчандайзинг	Лялюк А.М. Лялюк А.М.	
ВД 7 Логістика Комерційна діяльність посередницьких підприємств	Шостак Л.В. Шостак Л.В.	4 курс 7 семестр 2024 р.
ВД 8 Нейромаркетинг Паблік рилейшнз в маркетингу	Рейкін В.С. Шостак Л.В.	
ВД 9 Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами Бізнес-планування і фандрейзинг	Сак Т.В. Бортнік С.М.	
ВД 10 Фінансовий маркетинг Маркетингова бізнес-аналітика	Буняк Н.М. Сак Т.В.	4 курс 8 семестр 2025 р.
ВД 11 Промисловий маркетинг Маркетинг туризму	Лялюк А.М. Данилюк Т.І.	
ВД 12 Стратегічний маркетинг Маркетинговий аудит	Сак Т.В. Сак Т.В.	

2. Затвердити каталог та сформувавши описи освітніх компонент з урахуванням висловлених пропозицій робочої групи, стейкхолдерів та громадського обговорення <https://vnu.edu.ua/uk/all-educations/marketynh-2021-r>.

Гарант освітньої програми



Данилюк Т.І.

Секретар



Лялюк А.М.