



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

**ВИТЯГ
з протоколу №8**

від « 4» 05. 2023 р.

**Засідання кафедри економіки, підприємництва та маркетингу щодо
затвердження результатів обговорення ОПП і навчального плану 2023/2024 н. р.
підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми
Маркетинг першого (бакалаврського) рівня підготовки
(сформований на основі пропозицій щодо обговорення ОППМаркетинг)**

ПРИСУТНІ:

Науково-педагогічні працівники: проф. Павлова О.М., проф. Павлов К.В., проф. Якимчук А.Ю., доц. Бегун С.І., доц. Сак Т.В., доц. Букало Н.А., доц. Шостак Л.В., доц. Сур'як А.В., доц. Хомюк Н.Л., доц. Бортнік С.М., доц. Лялюк А.М., доц. Данилюк Т.І., доц. Чуліпа І.Д.

Здобувачі освіти: Щербакова Анастасія (здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 3 курс), Борсук Катерина (здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 3 курс), Степанюк Ілля (здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 2 курс), Федорчук Іванна (здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 1 курс)

СЛУХАЛИ:

ШОСТАК Л.В., гаранта ОПП 075 Маркетинг, який узагальнила інформацію щодо обговорення ОПП на основі пропозицій стейкхолдерів, здобувачів освіти та інших зацікавлених осіб, які взяли участь у обговоренні програми.

Роботодавці	Інші зацікавлені особи	Науково-педагогічний персонал	Здобувачі вищої освіти	Адмінперсонал університету	Батьки здобувачів
Вивчаючи план підготовки бакалавра, слід зазначити, що всі освітні компоненти розкривають компетенції зазначені в освітньо-професійній програмі. Позитивним є вивчення цифрового маркетингу.	Даний навчальний план, на нашу думку, у повній мірі забезпечує професійну підготовку фахівців з маркетингу Дякуємо за плідну працю. Надіємось на тісну співпрацю з Вашим навчальним закладом.		Бажано, щоб в ОК1.10 висвітлювалися теми економіки України в європейському історичному і культурному контекстах.	Навчальний план може використовуватися для підготовки бакалаврів відповідної кваліфікації, після внесення деяких уточнень, що стосуються розподілу годин і кредитів.	Зміст освітньо-професійної програми не викликає зауважень.
Зміст освітньо-професійної програми не викликає зауважень.	Освітня програма є достатньою для здобуття відповідної кваліфікації і отримання комплексу знань у сфері маркетингу.	.У запропонованій ОПП недостатньо ОК розробки маркетингового забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. Адже ретельно продумана маркетингова стратегія	Більше хотілося б практичних занять, теорія це звісно добре, але практичне виконання тих чи інших робіт є набагато ефективнішим методом для засвоєння.	Навчальний план та ОПП адаптовані до потреб ринку. Простежується системне формування навичок, затребуваних потенційними роботодавцями.	Не озвучений можливий набір вибіркового освітніх компонент.

		допомагає грамотно розподілити ресурси компанії. та нарощувати обсяги реалізації.			
На сучасному етапі розвитку маркетингу, задоволення потреб у нематеріальних видах товарів є важливим аспектом його функціонування на ринку послуг. Зростає потреба у побудові маркетингових підходів з використанням відповідного маркетингового інструментарію. Тому пропоную ОК «Курсова робота з маркетингової товарної політики» назвати «Курсова робота з маркетингової товарної політики та маркетингу послуг»	Позитивним є розширення формування змісту ПРН 6, визначеним стандартом спеціальності 075 «Маркетинг», де враховано регіональний аспект Волинської області як прикордонної та включення у НП ОК 27 «Логістика».	Зміст освітньо-професійної програми не викликає зауважень	Вважаю, що необхідно ввести більше освітніх компонентів, де працюється за комп'ютером, у різноманітних програмах	Простежується системне і послідовне формування навичок, затребуваних потенційними роботодавцями	
Для посилення ПРН 4 доцільно ОК «Курсова робота з маркетингових	Як можна передбачити, які дисципліни вільного вибору виберуть	На сьогодні для підготовки майбутніх фахівців у сфері		Хотілося б почути аргументації, чому для підготовки фахівців з маркетингу	

<p>досліджень » назвати «Курсова робота з маркетингових досліджень та маркетингових стратегій» .</p>	<p>бакалаври, які результати навчання будуть забезпечені їх вибором?</p>	<p>маркетингу важливо володіти навиками у діяльності, які спрямовані на пошук нових сфер і способів використання потенціалу підприємства, розробку на цій основі нових товарів та технологій і їх просування на ринку тому було б доцільним перейменувати ОК «Маркетингові інновації» на ОК «Маркетинг інновацій»</p>		<p>на вивчення ОК Фінанси виділено 5 кредитів. Дякую.</p>	
<p>Не зрозумілим є принцип побудови матриці в частині ОК 29-ОК 34</p>	<p>Програма є актуальною, затребуваною для роботодавців</p>	<p>Зміст ОПП не викликає зауважень</p>			
<p>Цикл вибіркового освітніх компонентів потребує розшифровки їх назв для формування освітньої траєкторії здобувача, це також</p>					

<p>не дає можливості оцінити дотримання ЗК,ФК,ПРН відповідно до Стандарту освіти</p>					
<p>Потребує уточнення перелік компетентностей освітніх компонентів ОК17 Економіка праці і соціально-трудоі відносини У запропонованих НП і ОПП недостатньо ОК, які розглядають питання бренду. Необхідність створення сильного бренду та є ключовими завданнями для будь-якого підприємства. В сучасному світі недостатньо лише налагодити виробництво продукту та чекати на прибутки. Більшість покупців повністю обізнані щодо ціни та якості товарів на ринку, не бажають витратити час навіть на поверхневе</p>					

<p>ознайомлення з новим товаром, довіряють перевіреним виробникам та постійно знаходяться під впливом маркетингового плану сильних та перевірених часом брендів-конкурентів - перемогти у таких стартових умовах без створення власного сильного бренду майже неможливо, Тому для посилення фахових компетенцій пропоную перейменувати ОК «Маркетинг бренду»</p>					
--	--	--	--	--	--

ВИРІШИЛИ:

Використати пропозиції і зауваження стейкхолдерів та інших зацікавлених осіб при формуванні навчального плану та змісту освітніх компонент.

ГАРАНТ ОПП Маркетинг, к.е.н.доцент



Людмила ШОСТАК