



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

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

**ВИТЯГ
з протоколу №7**

від «07» лютого 2024 р.

Засідання кафедри маркетингу

Голова — Сак Т.В.

Секретар — Музика О. В.

Присутні: к.е.н., доцент Букало Н. А.,
к.е.н., доцент Лялюк А. М.,
к.е.н., доцент Милько І. П.,
д.е.н., професор Рейкін В.С.,
к.е.н., ст. викладач Савчук Я. О.,
завідувач кафедри, к.е.н., доцент Сак Т. В.,
лаборант Музика О. В.

СЛУХАЛИ:

Про результати опитування роботодавців.

ВИСТУПИЛИ:

Гарант ОПП «Маркетинг» доц. Лялюк А.М., яка повідомила, що в період з 10 по 19 січня 2024 року проходило онлайн-опитування роботодавців. https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?subpage=design&token=fa7af1fc8d7d421bb95c6f5bd70f175f&id=UyHPee_cNk6rjIIICyNmqsxBiV_B3_pMugh4u7OuZXFUOFc1MEdFSjBOVUVGMIQ5VUJTUUIQNDg5Wi4u. В ході он-лайн-опитування отримано такі результати: абсолютно усі опитані, задоволені змістом освітньо-професійної програми «Маркетинг», переліком компетентностей та програмними результатами навчання, а також вважають достатньо актуальною та сучасною освітньо-професійну програму «Маркетинг» у процесі підготовки бакалаврів у галузі маркетингу.

Майже усі опитані вважають, що не варто змінити найменування окремих освітніх компонентів, які вивчаються за ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. 11 з 12 опитаних роботодавців вказали, що залучаються до перегляду освітньо-професійної програми «Маркетинг» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти у галузі управління та адміністрування.

Відповіді на питання «Як часто Вас залучають до проведення занять, заходів, які відбуваються на кафедрі та в Університеті?» розподілилися таким чином: 1 раз на рік – одна відповідь, раз на квартал – 5 відповідей, та раз на квартал, або частіше -6 відповідей.

11 із 12 роботодавців повністю задоволені рівнем професійної підготовки здобувачів вищої освіти ВНУ імені Лесі Українки, одна людина частково задоволена. 100% опитаних мають намір працевлаштувати у своїй установи випускників ВНУ імені Лесі Українки.

На питання «Які, на Вашу думку, потрібні soft skills для маркетологів?» майже всі опитані роботодавці назвали «комунікабельність» та «уміння вирішувати проблеми і труднощі що виникли». 10 із 12 опитаних назвали «управлінські навички» 8 – «уміння володіти тайм-менеджментом» і «навички стратегічного планування». Такому навичку як лідерство віддали перевагу 7 роботодавців.

8 із 12 опитаних роботодавців указали на повну відповідність зазначених в освітньо-професійній програмі "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня вищої освіти загальних та спеціальних компетентностей цілям і завданням установи, у якій працюють. Четверо указали, що відповідають.

Однак, на питання «Які форми співпраці з Вашою організацією, ініційовані гарантом ОНП, є найбільш поширеними у Вашій діяльності?» лише 6 роботодавців назвали проходження практики на підприємстві, та по одній відповіді було названо «заклучення договорів про співпрацю», «обговорення змісту ОПП на етапі започаткування або перегляду», «спільна участь у конференціях, круглих столах»

9 із 12 опитаних указали, що зміст освітньо-професійної програми "Маркетинг" (освітні компоненти) повністю відповідає заявленим методам і технологіям, якими повинен оволодіти здобувач освіти для використання у майбутній професійній діяльності. Але троє опитаних дали відповідь «відповідає».

УХВАЛИЛИ:

1. Розширювати форми співпраці з роботодавцями, зокрема залучати роботодавців до розширеного засідання кафедри маркетингу, частіше запрошувати практиків до проведення аудиторних занять, проходження стажування на підприємствах НПП, спільний моніторинг освітнього процесу.

2. Посилити формування таких soft skills для маркетологів, як «комунікабельність» та «уміння вирішувати проблеми і труднощі, що виникли» шляхом впровадження відповідних форм і методів, які б сприяли забезпеченню формування вказаних компетентностей.

Голова засідання

Тетяна САК

Секретар

Ольга МУЗИКА