



Стратегічні напрями, цінності, мета та завдання кафедри маркетингу на 2023-2028 рр.

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу протокол №1 від 08 вересня 2023 року.

Стратегія розвитку кафедри маркетингу Волинського Національного Університету імені Лесі Українки (далі – Стратегія) розроблена на основі Закону України «Про освіту», Закону України «Про вищу освіту», Закону України «Про науково-технічну діяльність», Статуту та Стратегії розвитку Волинського Національного Університету імені Лесі Українки на період 2020-2024 рр., та низки інших нормативно-правових документів, які регламентують та регулюють діяльність кафедри маркетингу.

Місія: підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, логістики шляхом формування базових компетенцій та особистісних якостей для успішної реалізації своїх професійних знань і навичок у сучасних умовах діджиталізації та глобалізації економіки.

Наші цінності: професіоналізм, інноваційність, якість освітніх послуг, студентоцентризм, добросовісність, гнучкість та креативність, національна ідентичність, командна робота та взаємопідтримка, індивідуальний підхід, партнерство та відкритість.

Принципи функціонування кафедри маркетингу:

- нормативності як відповідності діяльності кафедри нормативно-законодавчим актам України загалом та у сфері освіти і науки зокрема, принципам та вимогам Стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості в європейському просторі вищої освіти (ESG-2015);
- студентоцентрованого підходу до викладання;
- врахування потреб та очікувань усіх стейкхолдерів;
- академічної добросовісності;
- взаємоповаги у стосунках «здобувач – викладач»;
- гармонійного розвитку НПП і здобувачів освіти;
- формування індивідуальної освітньої траєкторії для отримання необхідних компетентностей;
- поєднання навчання і досліджень, гнучкості та адаптованості освітніх програм до нових реалій часу та запитів суспільства;
- динамічності та безперервного удосконалення змісту та форм надання освітніх послуг;
- запобігання та врегулювання конфліктів;
- прозорості оцінювання знань і вмінь здобувачів освіти;
- забезпечення високої якості та інноваційності освітнього процесу.

Метою діяльності кафедри маркетингу є підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, які володіють фундаментальними знаннями і практичними навичками з маркетингу та логістики, забезпечення високого рівня якості освіти шляхом постійного самовдосконалення науково-педагогічних працівників кафедри.

Завдання діяльності кафедри маркетингу:

- формування системності надання якісних освітніх послуг у відповідності до державних освітніх стандартів, чинних норм, що реалізують вимоги до змісту вищої освіти, програмних результатів навчання, кваліфікаційних особливостей;
- забезпечення доступних умов навчання для кожного здобувача вищої освіти;
- формування якісної структури кадрового забезпечення складу кафедри;
- здійснення ефективної освітньої діяльності та модернізації навчально-виховного процесу з метою підвищення фахової компетентності випускників ЗВО;
- забезпечення розвитку кафедри на засадах інноваційності та студентоцентрованого підходів;
- формування на кафедрі наукових шкіл;
- створення можливостей для розширення напрямів наукових досліджень науково-педагогічного колективу та здобувачів вищої освіти кафедри;
- формування ефективних форм партнерства з вітчизняними та зарубіжними закладами вищої освіти, з органами влади та бізнес-структурами;
- підвищення міжнародної та академічної мобільності викладачів і здобувачів вищої освіти;
- впровадження новітніх форм інтеграції студентів та викладачів до світового освітнього процесу, зокрема організаційне забезпечення процесу підготовки здобувачів освіти кафедри з отриманням двох дипломів – українського та європейського;
- використання сучасних форм і методів проведення формальної освіти, продовження успішних практик дуальності освіти;
- якісне удосконалення освітньо-професійних програм відповідно до потреб ринку праці шляхом систематичних переглядів цілей, місії, структури, програмних результатів на зустрічах роботодавців, випускників та здобувачів освіти та інших стейхолдерів;
- сприяння підвищенню соціального захисту працівників кафедри;
- імплементація в освітньо-науковий процес передових практик «Відкритої науки»;
- активізація участі науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу у розробці та подачі проектів на вітчизняні конкурси в рамках бюджетного фінансування та формування проектних пропозицій в рамках міжнародних програм (Erasmus+, Жана Моне тощо);
- створення наукових гуртків та проблемних груп з метою активізації науково-дослідної роботи студентів для участі у конференціях різних рівнів та підготовки наукових праць;
- заключення договорів з установами та організаціями на виконання госпдоговірних науково-дослідних тем;
- інтенсифікація публікації результатів наукових досліджень працівників кафедри у престижних виданнях, які входять у наукометричні бази Scopus, Web of Science;
- сприяння функціонуванню і використанню системи запобігання та виявлення академічного плагіату у результатах наукових досліджень учасників освітньо-наукового процесу кафедри;
- дотримання у діяльності кафедри засад академічної доброчесності.

Стратегічні орієнтири розвитку кафедри маркетингу:

1. Формування та постійне оновлення освітніх програм відповідно до потреб суспільства та вимог Стандартів і рекомендацій щодо забезпечення якості в європейському просторі вищої освіти (ESG):

- відповідність предметній області;
- можливості для формування індивідуальної освітньої траєкторії;
- забезпечення професійних, загальних, інтегральної компетентностей, практичної підготовки та отримання соціальних навичок;
- відповідність професійному стандарту;
- академічна мобільність;
- адаптованість до нових реалій часу та запитів суспільства.

2. Формування інституційного простору кафедри відповідно до вимог Стандартів та

рекомендацій щодо забезпечення якості в європейському просторі вищої освіти (ESG):

- дотримання студентоцентрованого підходу до викладання і навчання та принципів академічної свободи;
- поєднання навчання і досліджень;
- оновлення змісту та форм надання освітніх послуг;
- підтримка особистісного розвитку здобувачів освіти;
- мотивування здобувачів освіти щодо оволодіння системою компетентностей маркетолога;
- академічна доброчесність;
- запобігання та врегулювання конфліктів;
- формування прозорої системи оцінювання знань і вмінь здобувачів освіти;
- розробка внутрішнього забезпечення якості освітньої програми;
- впровадження підходу навчання через дослідження.

3. Формування конкурентоспроможного професорсько-викладацького складу кафедри:

- орієнтованість на генерування, розроблення і впровадження новітніх освітніх технологій навчання, які відповідають європейським освітнім стандартам та дозволять забезпечити високу якість та конкурентоспроможність випускників як на території України, так і за її межами;
- розвиток міжнародної співпраці в системі безперервної освіти;
- застосування в навчальному процесі силабусів;
- розвиток дидактичного потенціалу кафедри шляхом організованої та індивідуальної участі викладачів у різних навчально-практичних заходах та проектах, а також шляхом захисту працівниками докторських дисертацій;
- збереження та розширення міжнародної співпраці кафедри;
- поєднання професійної та наукової діяльності;
- впровадження еталонного стилю взаємодії зі здобувачами освіти та колегами.

4. Розширення міжнародної співпраці кафедри:

- збереження та розширення співпраці із закордонними закладами вищої освіти в рамках діючих договорів про співпрацю;
- залучення до міжнародної співпраці нових закордонних партнерів;
- організація та проведення наукових досліджень, міжнародних науково-практичних конференцій; впровадження програм «Подвійний диплом» з іноземними закладами вищої освіти при підготовці магістрів;
- забезпечення набору на навчання за акредитованими в університеті напрямками здобувачів-іноземців.

Стратегічні напрями розвитку кафедри

Навчально-методична робота

Навчально-методична робота спрямована на підготовку конкурентоспроможних фахівців зі спеціальності 075 «Маркетинг» шляхом реалізації концепції забезпечення якості освіти, наукової підготовки фахівців, формування престижу знань в умовах змін потреб економіки і ринку праці.

Стратегічними напрямками навчально-методичної роботи кафедри маркетингу визначено:

- побудова навчального процесу на принципах студентоцентрованості, гнучкості, адаптивності, економічної ефективності та інноваційності практичної підготовки з орієнтацією на споживачів освітніх послуг;
- забезпечення формування навчальних планів та освітніх програм на принципах неперервності фундаментальної, спеціальної, інформаційної, економіко-правової та гуманітарної підготовки відповідно до вимог Стандартів та рекомендацій щодо забезпечення якості в європейському просторі вищої освіти (ESG-2015);
- залучення роботодавців до формування освітніх програм та навчальних планів;

- забезпечення можливостей для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів освіти (гнучкі навчальні траєкторії);
- забезпечення дотримання академічної доброчесності всіма учасниками освітнього процесу;
- впровадження інноваційних освітніх технологій та створення умов для індивідуального навчання обдарованої молоді;
- впровадження елементів дуальної освіти;
- інтенсифікація освітнього процесу завдяки широкому впровадженню інформаційно-комунікаційних технологій і зменшенню частки репродуктивної складової, мультимедійне супроводження навчального процесу;
- розробка та застосування в навчальному процесі силабусів;
- діджиталізація навчального процесу;
- розробка заходів щодо реалізації навчання здобувачів освіти за дистанційною формою, на основі інформаційних і комунікаційних Інтернет-технологій, включаючи формування можливості їх проведення за допомогою сервісу відеоконференцій Teams (Microsoft Office 365), Moodle;
- удосконалення якості навчально-методичного забезпечення, приведення його у відповідність до вимог підготовки конкурентоспроможних фахівців на основі підвищення наукомісткості та професійно-практичного спрямування освітніх компонентів, посилення контролю за якістю навчально-методичних видань;
- введення окремих ОК з викладанням англійською мовою;
- впровадження системи оцінювання на базі компетентнісного підходу;
- розширення форм і методів самостійної роботи здобувачів освіти, зокрема інтерактивних технологій її реалізації, та створення умов для самодіагностики знань;
- посилення дослідницької та інноваційної складових у курсових і кваліфікаційних роботах;
- активне і результативне залучення здобувачів освіти до участі в конкурсах, олімпіадах;
- забезпечення регулярного проведення засідань наукових гуртків здобувачів освіти, на яких обговорюватимуться питання розвитку теорії та практики маркетингу, результати індивідуальної науково-пошукової роботи здобувачів освіти з освітніх компонентів фахового спрямування;
- нарощення науково-педагогічного потенціалу кафедри в контексті сприяння проходженню стажування на підприємствах та установах;
- розвиток індивідуальних форм методичної роботи: менторства, стажування, консультування, взаємовідвідування занять, самоосвіта;
- активізація роботи навчально-методичних семінарів кафедри з метою удосконалення структурно-логічної моделі навчального процесу за спеціальністю 075 «Маркетинг», посилення зв'язків між навчальними освітніми компонентами та співпраці з іншими кафедрами;
- проведення опитування здобувачів освітнього процесу щодо їх задоволеності освітнім процесом в електронній формі;
- проведення комерційних сертифікатних курсів та курсів підвищення кваліфікації;
- організація взаємодії з іншими закладами вищої освіти, проведення спільних засідань кафедр, круглих столів, підготовка і видання наукової та навчально-методичної літератури.

Наукова робота

Наукова робота кафедри є важливим напрямом її діяльності, оскільки забезпечує підготовку фахівців на засадах поєднання навчання і досліджень, формує передумови безперервної освіти, поєднання професійної та наукової діяльності, підвищення кваліфікаційного рівня науково-педагогічного складу кафедри, налагодження міжнародної співпраці, включаючи наукову. Підвищення рівня наукової складової діяльності кафедри сприятиме подальшому зростанню рейтингу ВНУ імені Лесі Українки та підтвердженню його дослідницького статусу.

Наукова робота на кафедрі маркетингу здійснюється за такими напрямками:

- виконання фундаментальних і прикладних наукових досліджень;
- проведення досліджень на здобуття наукового ступеня доктора філософії та доктора наук;
- виконання кваліфікаційних робіт;
- проведення науково-комунікативних заходів;
- науково-видавнича діяльність;
- участь у міжнародних наукових програмах і проєктах за грантами вітчизняних і міжнародних фондів та організацій.

В основу визначення напрямів наукових досліджень кафедри маркетингу покладений принцип орієнтації на зміст проблематики базових освітніх компонентів, які викладаються, а також підвищення наукового рівня підготовки здобувачів.

Пріоритетний напрям наукових досліджень кафедри:

Теоретико-методологічні та практичні аспекти маркетингу та логістики.

Наукові напрями та інтереси визначаються, орієнтуючись на дослідження викладачів кафедри, зокрема:

Теоретичні та практичні аспекти цифрового маркетингу; маркетинг інновацій та управління стартап проєктами в умовах діджиталізації економіки (Тетяна Сак);

Теоретико-практичні засади дослідження поведінки споживачів у сфері послуг (Надія Букало);

Маркетингова логістика в системі ринкової економіки (Віталій Рейкін);

Теоретико-практичні засади формування маркетингової товарної політики в роздрібній торгівлі, застосування інструментів бренду у маркетинговій діяльності вітчизняних підприємств, організацій та установ (Алла Лялюк);

Теоретико-практичні аспекти маркетингу та логістики за видами економічної діяльності, міжнародний маркетинг та міжнародна логістика (Інна Милько);

Теоретико-методологічні та практичні аспекти організації маркетингу та логістики (Ярослава Савчук).

Напрями активізації наукової роботи:

- збільшення авторитетності вчених у системах Google Scholar, Scopus, Web of Science, ResearchGate;

- підвищення рівня оприлюднення результатів наукових досліджень у виданнях з високим імпакт-фактором;

- подальше відкриття та виконання науково-дослідних тем в межах робочого часу викладачів кафедри;

- активна участь науково-педагогічних працівників, здобувачів вищої освіти у реалізації наукових програм і проєктів;

- набуття навичок підготовки наукових грантових проєктів;

- збільшення кількості виконання кафедральних науково-дослідних тем;

- започаткування нових напрямів і тем досліджень, які відповідають потребам ринку;

- доведення наукових розробок до стадії практичного використання;

- представлення кафедри у різних формах навчально-наукових змагань відповідно до фахової спрямованості;

- проведення міжнародних наукових конференцій, шкіл, семінарів і видання їх матеріалів;

- активна участь у міжнародних наукових обмінах;

- проведення постійно діючого кафедрального науково-методичного семінару з залученням науковців з інших ЗВО та наукових установ, у т.ч. в online-режимі;

- активізація діяльності наукових студентських гуртків та проблемних груп;

- забезпечення академічної доброчесності здобувачів освіти та НПП.

Міжнародна діяльність

Міжнародна діяльність кафедри маркетингу спрямована на інтеграцію в європейський простір вищої освіти та підготовку конкурентоспроможних фахівців з урахуванням пріоритетів і потреб вітчизняного і світового ринків праці, створення умов для навчання громадян зарубіжних країн.

Напрямами роботи кафедри маркетингу у сфері міжнародної діяльності є:

- залучення науковців, фахівців закордонних університетів та провідних фірм до проведення тематичних лекцій, тренінгів, бізнес-симуляцій для здобувачів освіти та викладачів кафедри;
- організація заходів, спрямованих на удосконалення знань іноземної мови здобувачами освіти і викладачами кафедри до рівня, достатнього для участі у міжнародних навчальних і наукових програмах;
- організація обміну здобувачами освіти з навчальними закордонними закладами, з якими університет має договори про співробітництво;
- забезпечення можливості навчання, стажування за кордоном, обміну здобувачами освіти та викладачами у рамках міжнародних освітніх програм;
- налагодження систематичної роботи з інформування здобувачів освіти та викладачів про участь у міжнародних освітніх і наукових програмах та проектах;
- збільшення кількості запитів до міжнародних фондів на фінансування наукових проектів, грантів (Erasmus+ тощо);
- участь здобувачів освіти, викладачів кафедри у міжнародних та закордонних конференціях, круглих столах;
- висвітлення наукових досягнень кафедри на міжнародному рівні під час участі у міжнародних заходах, організованих як на території України так і за її межами;
- участь у програмах двостороннього та багатостороннього обміну викладачів кафедри для проведення наукових досліджень, стажування та підвищення кваліфікації;
- впровадження програм «Подвійний диплом» з іноземними закладами вищої освіти при підготовці магістрів.

Виховна робота

Метою виховної роботи є розвиток особистості шляхом патріотичного, правового, екологічного виховання, утвердження у здобувачів освіти моральних цінностей, соціальної активності, громадянської позиції та відповідальності, засад здорового способу життя, вміння вільно мислити та самоорганізовуватися в сучасних умовах.

Основні напрями виховної роботи кафедри маркетингу:

- патріотичне виховання - плекати любов до рідної землі, народу, мови, культури, традицій;
- правове виховання - підвищення правової культури здобувачів освіти;
- екологічне виховання - пропагування бережливого та шанобливого ставлення до навколишнього світу і природного середовища);
- морально-етичне та художньо-естетичне виховання;
- трудове виховання - розвиток у здобувачів освіти творчо-практичного мислення, працьовитості та свідомості людини праці;
- формування особистостей з активною громадянською, життєвою та соціальною позицією;
- прищеплення здобувачам освіти навичок здорового способу життя та фізичної культури;
- формування здатностей до самостійного мислення, самоорганізації та прийняття відповідальних рішень.

Профорієнтаційна робота, співпраця з працедавцями та працевлаштування випускників, промоція кафедри на ринку освітніх послуг

Напрями профорієнтаційної роботи кафедри маркетингу:

- постійне оновлення промоційних матеріалів, наповнення сайту та сторінки кафедри в соціальних мережах актуальною інформацією;

- цільові поїздки викладачів кафедри профорієнтаційного характеру у навчальні заклади;
- залучення учнів – потенційних абітурієнтів – до наукових та виховних заходів кафедри;
- сприяння працевлаштуванню випускників шляхом якісного підбору та розширення баз практики, залучення органів місцевої влади та самоврядування, співпраця з представниками міського та обласного центрів зайнятості;
- створення на сайті кафедри сторінки з інформацією про працевлаштування випускників;
- розміщення промоційної інформації про напрями підготовки кафедри в соціальних мережах, цільова розсилка агітаційних матеріалів на електронні адреси загальноосвітніх шкіл, навчальних закладів II рівня акредитації;
- залучення здобувачів освіти до поширення промоційних матеріалів кафедри у закладах освіти, де вони навчались;
- активна участь кафедри у таких рекламних заходах, як дні відкритих дверей, презентації, спеціалізовані виставки і ярмарки, зустрічі випускників, для популяризації освітніх програм.