

ПРОТОКОЛ № 21

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

16.02.2024 р.

Присутні:

1. Сак Т.В., к.е.н., доц., завідувач кафедри маркетингу
2. Лялюк А.М., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу
3. Букало Н.А., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу
4. Рейкін В.С., д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу
5. Милько І.П., к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу
6. Савчук Л.О., к.е.н., ст.викладач кафедри маркетингу
7. Щербакова Анастасія, здобувач вищої освіти четвертого курсу ОПП «Маркетинг»
8. Степанюк Ілля, здобувач вищої освіти третього курсу ОПП «Маркетинг»
9. Федорчук Іванна, здобувач вищої освіти другого курсу ОПП «Маркетинг»
10. Хвещук Олександр, директор ТзОВ Крафтовий Молочар.
11. Ляшук Алла, фінансовий директор БК «Інвестор».
12. Ткачук Андрій, директор Управління економічного розвитку та торгівлі Волинської ОДА, заступник голови Волинського обласного координаційного комітету сприяння зайнятості.
13. Войтович Сергій, Голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу»
5. Рикальський Олександр, директор ТОВ «ТР.Е.К.»

Порядок денний:

1. Про внесення змін до переліку вибірових освітніх компонентів ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти за спеціальністю 075 Маркетинг.

СЛУХАЛИ: Гаранта освітньої програми доц. Лялюк А.М. про доцільність оновлення переліку вибірових освітніх компонентів ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти. Доц. Лялюк А.М. зазначила, що здобувачі освіти мають можливість ознайомитися із ОК, які пропонуються для вільного вибору, котрі розміщені на сайті Університету в каталозі освітніх програм і вибірових дисциплін, для здобувачів освіти 2021 року вступу (3 і 4 курс) та для здобувачів 2023 р року вступу (2 курс) .

ВИСТУПИЛА: Завідувач кафедри маркетингу, доц. Сак Т.В. яка відмітила, що майбутнім фахівцям необхідно вміти застосовувати холістичну концепцію в рамках формування довгострокових стратегій, особливо це є актуальним для великого бізнесу, адже репутація компанії, довіра до брендів є запорукою успішності в конкурентній боротьбі. Наразі ідеї холізму сприймаються не тільки представниками великого бізнесу, а й поступово починають проникати у малий та середній бізнес в широкому галузевому спектрі, навіть у таких традиційних видах діяльності як послуги та агропродовольчий сектор. Тому запропонувала внести до переліку ОК «Холістичний маркетинг»

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

ВИСТУПИВ: Хвещук Олександр, директор ТзОВ Крафтовий Молочар, який відзначив, що майбутні фахівці з маркетингу повинні вміти використовувати розробляти та управляти інформаційними системами і технологіями в маркетингової діяльності; використовувати можливості та принципи використання сучасних інформаційно-пошукових систем; знати функціональні можливості сучасних систем бізнес-планування та стратегічної оцінки бізнесу на підприємствах; володіти методологією планування та реалізації розвитку маркетингових інформаційних систем; використовувати основні можливості електронної комерції в практичній діяльності організацій; визначати якості та джерела ефективності інформаційних систем, а тому

запропонував внести до списку вибіркового ОК такі ОК Сучасні маркетингові технології та ОК Маркетингові інформаційні системи.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

ВИСТУПИЛА: Здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти другого курсу гр.Маркет-27Федорчук Іванна, який відзначила, що на сьогодні важливо володіти системою знань щодо теоретичних основ і алгоритмів управління маркетингом в соціальних мережах та практичними навичками щодо розробки стратегій, вибору ефективних SMM інструментів, формування контентної стратегії, плану просування та запуску ефективних рекламних кампаній через соціальні мережі. Тому запропонувала внести в каталог вибіркового ОК Маркетинг в соціальних мережах та E-mail маркетинг.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

ВИСТУПИЛА: к.е.н., доц. Букало Н.А., яка наголосила, що майбутні фахівці повинні уміти врахувати економічну ситуацію у світі, знати тенденції інтернаціоналізації світового господарства, стосунків між різними країнами та особливості зовнішньоекономічних відносин, тому запропонувала ввести в каталог ОК Міжнародний маркетинг та ОК Ціноутворення на світових ринках.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи

ВИСТУПИВ : д.е.н., проф. Рейкін В.С., який повідомив, що сьогодні на ринку об'єктів нерухомості постійно зростає конкуренція. З іншого боку, покупець стає все більш вимогливим до ринкових пропозицій. За таких умов важливо вміти грамотно донести інформацію про об'єкт нерухомості, використовуючи передові технології та знання в області операцій з нерухомістю, маркетингу і реклами. Фахівцям з маркетингу важливо уміти досліджувати чинники, які впливають на маркетингову діяльність на ринку нерухомості за умов глобалізації економіки, а також досліджувати взаємовідносини на ринку нерухомості, тому запропонував внести до каталогу ОК Маркетинг нерухомості. Також сучасні тенденції функціонування політичної сфери суспільства, розвиток ринкових відносин та переведення їх у площину політики потребують нових підходів до дослідження й аналізу ринку політичної влади. З метою оптимізації діяльності політичних суб'єктів та успішного просування політичного товару

необхідним стає комплексний аналіз, як самого політичного ринку, так і технологій, що задіяні у його дослідженні та вдосконаленні. Саме тому актуалізується потреба застосування політичного маркетингу як ефективного механізму дослідження політичного ринку, тому запропонував внести до каталогу вибіркового ОК «Політичний маркетинг»

ВИСТУПИЛА: к.е.н., старший викладач Савчук Я.О., яка відмітила, що для майбутніх маркетологів важливо уміти розробляти ефективні рекламні звернення з використанням не лише тексту, але й статичного зображення, звуку, графіки та відео. У результаті цього здобувачі освіти зможуть набути навиків створення блогу на задану тему, тому запропонувала внести до ОК Сторітеллінг.

ВИСТУПИВ : Степанюк Ілля, здобувач вищої освіти третього курсу ОПП «Маркетинг», який запропонував внести до каталогу ОК для здобувачів ОП 2021 року Контент маркетинг.

ВИСТУПИВ : Войтович Сергій, Голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу», який наголосив, що майбутнім маркетологам важливо уміти збирати кон'юнктурну інформацію про об'єкт дослідження і пов'язані з ним економічні процеси; оцінювати сформовану ситуацію на ринку, виявляти закономірності поведінки суб'єктів ринку; виявляти та аналізувати основні тенденції розвитку ринку, його коливання, циклічності й сезонності та прогнозувати тенденції розвитку ринку. З огляду на сказане запропонував ввести ОК Кон'юнктура ринку.

УХВАЛИЛИ:

1. Внести зміни в каталог вибіркового ОК для здобувачів освіти ОП Маркетинг 2023 року у такому вигляді:

Курс	Семестр	Навчальний рік	Номер вибіркового Освітнього компонента	Назва ВОК
2	3	2024-2025	ВОК 1	Сучасні маркетингові технології
2	3	2024-2025		ШІ в маркетинговій діяльності
2	3	2024-2025	ВОК 2	Бенчмаркінг
2	3	2024-2025		Створення та розвиток стартапів
2	4	2024-2025	ВОК 3	Кон'юнктура ринку
2	4	2024-2025		Товарознавство
2	4	2024-2025	ВОК 4	Новітній маркетинг
2	4	2024-2025		Проектування маркетингових служб

3	5	2025-2026	ВОК 5	Інфраструктура товарного ринку
3	5	2025-2026		Маркетинг туризму
3	5	2025-2026	ВОК 6	Міжнародний маркетинг
3	5	2025-2026		Ціноутворення на світових ринках
3	6	2025-2026	ВОК 7	Холістичний маркетинг
3	6	2025-2026		Промисловий маркетинг
3	6	2025-2026	ВОК 8	Сторітеллінг
3	6	2025-2026		Реклама в системі маркетингу
4	7	2027-2028	ВОК 9	Маркетинг нерухомості
4	7	2027-2028		Політичний маркетинг
4	7	2027-2028	ВОК 10	Комерційна діяльність посередницьких підприємств
4	7	2027-2028		Трейд-маркетинг
4	8	2027-2028	ВОК 11	Маркетингова бізнес-аналітика
4	8	2027-2028		Маркетинговий аналіз
4	8	2027-2028	ВОК 12	Маркетинг в соціальних мережах
4	8	2027-2028		E-mail маркетинг

2. Внести зміни в каталог вибіркового ОК для здобувачів освіти ОП Маркетинг 2021 року у такому вигляді:

Курс у 2024/2025 н.р	Семестр	Номер вибіркового компонента	ВОК, який в каталозі	Змінати на ...
4	7	ВОК 7	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	Замінити опис
4	7		Логістика	Трейд -маркетинг
4	7	ВОК 8	Нейромаркетинг	Маркетингові інформаційні системи
4	7		Паблік-релейшнз у маркетингу	Контент маркетинг
4	7	ВОК 9	Інноваційне підприємництво та управління стартапами	Маркетинг нерухомості
4	7		Бізнес-планування і фандрайзинг	Логістика
4	8	ВОК 10	Маркетингова бізнес-аналітика	Замінити опис
4	8		Фінансовий маркетинг	Маркетингова бізнес-діагностика
4	8	ВОК 11	Маркетинг туризму	E-mail маркетинг
4	8		Промисловий маркетинг	М
4	8	ВОК 12	Маркетинговий аудит	Замінити опис
4	8		Стратегічний маркетинг	Маркетингові стратегії
3	5	ВОК 3	Інфраструктура товарного ринку	Замінити опис
3	5		Трейд-маркетинг	Маркетинг туризму
3	5	ВОК 6	Обслуговування клієнтів	Кон'юнктура ринків
3	5		Товарознавство	Замінити опис
3	6	ВОК 5	Прямий маркетинг	Сторітеллінг
3	6		Реклама в системі маркетингу	Замінити опис
3	6	ВОК 4	Бренд-маркетинг	Холістичний маркетинг
3	6		Мерчандайзинг	Промисловий маркетинг

Гарант освітньої програми



Лялюк А. М.

Секретар



Букало Н. А.