

## ПРОТОКОЛ № 22

### 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

26.03.2024 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 Я.О., к.е.н., ст.викладач кафедри маркетингу.
7. Щербакова Анастасія, здобувач вищої освіти четвертого курсу ОПШ «Маркетинг».
8. Степанюк Ілля, здобувач вищої освіти третього курсу ОПШ «Маркетинг».
9. Федорчук Іванна, здобувач вищої освіти другого курсу ОПШ «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 результати зустрічі з директором ТОВ «Фінкар» Володимиром Сітухою, HR-менеджером Мар'яною Людвою та маркетологом Аліною Мурзіною з обговорення проєкту ОП Маркетинг.
2. Про результати зустрічі Гаранта ОП зі здобувачами ОП Маркетинг.

- 1. СЛУХАЛИ:** Гаранта освітньої програми доц. Лялюк А.М, яка доповіла, що 21 березня 2024 р. відбулася зустріч науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу з директором ТОВ «Фінкар» Володимиром Сітухою, HR-менеджером Мар'яною Людвою та маркетологом Аліною Мурзіною, під час якої присутні обговорили проєкт ОПП «Маркетинг» 2024 ([https://vnu.edu.ua/uk/news/suspilstvo/obhovorennya-proyektu-opp-marketynh-2024-roku-zi-steykholderom-tov-finkar?fbclid=IwAR0MvfiaNdWPRbKTRz7N7S0OQxdaZoIMqkGQsHo2vSK7M4-IFTQ7jssHkmE\\_aem\\_AZ7O3MpJct-bpTUN4F9nvQS22DmjNNz4RqfW5KFaJD5cLwh1aCAAtNuD-EBIE-LjYrZAakWuIRiyAAEpoMU7-WLpZ](https://vnu.edu.ua/uk/news/suspilstvo/obhovorennya-proyektu-opp-marketynh-2024-roku-zi-steykholderom-tov-finkar?fbclid=IwAR0MvfiaNdWPRbKTRz7N7S0OQxdaZoIMqkGQsHo2vSK7M4-IFTQ7jssHkmE_aem_AZ7O3MpJct-bpTUN4F9nvQS22DmjNNz4RqfW5KFaJD5cLwh1aCAAtNuD-EBIE-LjYrZAakWuIRiyAAEpoMU7-WLpZ))

Зокрема Володимир Сітуха зазначив, що освітня програма добре структурована, усі включені у неї освітні компоненти забезпечують реалізацію програмних результатів навчання і фахових компетентностей, потрібних для майбутніх бакалаврів маркетингу. Також наголосив на важливості введення такого освітнього компонента як Маркетингова аналітика, обгрунтовуючи це тим, що сучасний маркетолог - це насамперед аналітик, а вже потім креативщик. Для покращення якості освітньої програми Володимир Сітуха вважає доцільним ввести такі вибіркові освітні компоненти, предметом вивчення яких стало б поглиблене ознайомлення з вузькими практичними сферами маркетингової діяльності, зокрема таргетинг, контент маркетинг, управління воронкою продаж.

Мар'яна Людва зацентувала на важливості отримання професійного досвіду з маркетингу, починаючи з молодших курсів, а також запропонувала більше уваги приділяти вивченню особливостей психології продаж.

До сильних сторін проєкту навчального плану й освітньо-професійної програми маркетолог ТОВ «Фінкар» Аліна Мурзіна зарахувала наявність освітніх компонентів, що формують навички використання цифрових інформаційних і комунікаційних технологій.

Позитивним результатом зустрічі стала спільна домовленість про подальшу співпрацю в межах ОК «Маркетинг» шляхом проведення конкурсу серед здобувачів освіти на краще розв'язання кейсу з розробки стратегії бренду для ТОВ «Фінкар» і проведення інших заходів.

ВИСТУПИВ: Хвещук Олександр, директор ТзОВ Крафтовий Молочар, що на сьогодні важливе стратегічне значення має питання інформаційно-аналітичного забезпечення ухвалення маркетингових рішень в умовах динамічного ринкового середовища, оскільки саме ці елементи формують, по-перше, правильні висновки щодо стану ринку, потреб споживачів, діяльність конкурентів, а отже, й рекомендацій для здійснення сталої діяльності; по-друге, формують оперативно-якісний інструмент взаємозв'язку як між різними підрозділами всередині підприємства, так і зв'язок зі споживачем, для ефективної комунікації та післяпродажного сервісу. Вирішити таке завдання можливо завдяки системному використанню маркетингового аналітичного інструментарію, завдяки чому можливо говорити про планомірну роботу в інформаційному просторі діяльності підприємств та організацій.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

ВИСТУПИВ: Ткачук Андрій, директор Управління економічного розвитку та торгівлі Волинської ОДА, заступник голови Волинського обласного координаційного комітету сприяння зайнятості, який підтримав внесення освітнього компонента «Маркетингова аналітика» оскільки це дозволить майбутнім фахівцям у сфері маркетингу збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні

та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

2. СЛУХАЛИ: Гаранта освітньої програми доц. Лялюк А.М, яка доповіла, що 25 березня відбулася зустріч гаранта ОП Маркетинг доцента Алли Лялюк зі здобувачами освіти, в ході якої обговорювався новий проєкт вказаної ОП. <https://www.facebook.com/groups/1844710245945930/permalink/1963412607409026/?mibextid=K35XfP>. Були висловлені цікаві і конструктивні пропозиції щодо запропонованих освітніх компонентів, логічної послідовності у їх вивченні, розподілу аудиторного навантаження між лекційними і практичними заняттями. Зокрема здобувач Іванна Федорчук висловила думку, що освітній компонент «Логіка» не є цікавим, оскільки у кожного здобувача уже сформована своя логіка, своє мислення та бачення, тому потрібно вивчати щось ширше, як наприклад філософія. Її підтримали здобувачі освіти 2 курсу Данилюк Надія, Рабчевський Максим, Гайдучик Олександр, здобувачі 3-го курсу Матвійчук Анастасія, Джигалюк Андрій. Здобувач освіти Шевчук Марія запропонувала виділити для проходження практик окремі тижні, оскільки їх проходження у другу половину дня є незручним, з огляду на те, що залишається менше часу на самостійну підготовку з інших освітніх компонентів. Також здобувачі освіти внесли свої пропозиції щодо оновлення тем за окремими освітніми компонентами. Так здобувач 3-го курсу Дудич Софія, висловила побажання, що було б корисно, якби окремі теми ОК вивчалися іноземною мовою.

ВИСТУПИЛА: Сак Т.В. завідувач кафедри маркетингу, яка наголосила, що вивчення філософії формує культуру розумного мислення: вчить оперувати певними поняттями, висувати судження, гіпотези і піддавати їх критиці, розкривати взаємозв'язки, аналізувати суперечності навколишньої дійсності. Наслідком цього є розуміння реальності у її зміні і розвитку. Тому зауваження і пропозиція здобувачів заслуговує на те, щоб бути прийнятими до уваги.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

УХВАЛИЛИ:

1. Замінити освітній компонент «Маркетинговий аналіз» на «Маркетингова аналітика».
2. При формуванні каталогу вибірових освітніх компонентів врахувати пропозиції Володимира Сітухи, щодо доцільності введення таких вибірових освітніх компонент як таргетинг і контент-маркетинг.
3. Пропозиції здобувачів освіти врахувати при остаточному затвердженні освітньої програми Маркетинг.

Гарант освітньої програми



Лялюк А. М.

Секретар



Букало Н. А.