



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ПРОТОКОЛ

«23» квітня 2024 р.

м. Луцьк

№ 10

**Засідання кафедри маркетингу щодо
затвердження результатів обговорення ОПП і навчального плану 2024/2025 н. р.
підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг освітньо-професійної програми
Маркетинг першого (бакалаврського) рівня підготовки
(сформований на основі пропозицій щодо обговорення ОПП Маркетинг)**

ПРИСУТНІ:

Науково-педагогічні працівники: доц. Сак Т.В., проф. Рейкін В.С., доц. Букало Н.А., доц. Лялюк А.М., доц. Милько І. П., ст.викл. Савчук Я.О.

Здобувачі освіти: Щербакова Анастасія (здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 4 курс), Борсук Катерина (здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 4 курс), Степанюк Ілля здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 3 курс), Федорчук Іванна (здобувач вищої освіти І бакалаврського рівня ОПП «Маркетинг», 2 курс).

СЛУХАЛИ:

Лялюк А.М., 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	Науково-педагогічний персонал інших закладів ВО	Науково-педагогічний персонал університету	Здобувачі вищої освіти	Батьки здобувачів	Абітурієнти	Батьки абітурієнтів	Адмін персонал університету
Усі освітні компоненти розкривають компетенції зазначені в освітньо-професійній програмі. Проте варто було б доповнити ОП такою ОК яка б давала глибші знання щодо стратегій, які б передбачали цілісний підхід, тобто представляли бізнес та його маркетингові канали як єдину систему.	Навчальний план може використовуватися для підготовки бакалаврів маркетингу після внесення уточнень, що стосуються розподілу годин і кредитів.	Бажано ввести до ОП таку ОК, яка б забезпечувала не лише на формування світогляду загалом, а й розширення меж мислення, формування здатності до терпеливості, толерантності, гуманізму та ін, наприклад ОК «Філософія».	Більше хотілося б практичних занять з таких ОК як «Цифровий маркетинг», «Інформаційно-комунікаційні технології в галузі знань».	Навчальний план, на нашу думку, у повній мірі забезпечує професійну підготовку фахівців з маркетингу	Освітня програма мене зацікавила. Зауважень немає.	Зміст освітньо-професійної програми не викликає зауважень.	Освітня програма є достатньою для отримання комплексу знань у сфері маркетингу
Навчальний план та ОПП адаптовані до потреб ринку. Позитивним є		Усі освітні компоненти розкривають компетенції зазначені в	Вважаю, що необхідно ввести більше освітніх				

вивчення включення ОК «Маркетинг транскордонних регіонів»		ОП. Проте варто було б доповнити ОП такою ОК яка б створювала у здобувачів освіти упорядкованої системи знань про формування бази для прийняття рішення про оцінку необхідності і доцільності впровадження тих чи інших інформаційних систем в практику.	компонентів, де можна отримати навички з використання цифрових інформаційних технологій.				
Сьогодні у працівників відділу маркетингу повинен бути новий тип мислення, зокрема потрібно було перейти від концентрації суто на візуальних і креативних компонентах маркетингу до							

елементів, що спираються на дані й аналітику. Тому доцільно ввести в НП ОК «Маркетингова аналітика».							
Зміст освітньо-професійної програми не викликає зауважень. Надіємось на тісну співпрацю з Вашим навчальним закладом.	Позитивним є включення у НП і ОП такі ОК «Міжнародний маркетинг» та ОК «Маркетинг транскордонних регіонів», де враховано регіональний аспект Волинської області як прикордонної.	У запропонованій ОПП недостатньо ОК з інтегрованого та внутрішнього маркетингу			.		
У запропонованих НП і ОПП недостатньо ОК, які розглядають морально-етичні питання ведення бізнесу і зокрема маркетингової діяльності. На сьогодні починає домінувати переконання в тому, що	Зарубіжний досвід свідчить, що в Європі вже накопичено досвід у сфері економічного розвитку та маркетингового просування транскордонних регіонів. Кожен транскордонний регіон має свої яскраві та успішні приклади реалізації спільних маркетингових стратегій, досвід яких можна ефективно використати для						

культура бізнес- діяльності з глибоким етичним підґрунтям є важливою передумовою виживання, стабільності й прибутковості підприємств та організацій Тому для посилення фахових компетенцій пропоную перейменувати ОК «Культура бізнесу» в «Культура та етика ведення бізнесу».	транскордонних проектів за участю України. Це дозволить підвищувати конкурентоспроможність території, рівень її економічного розвитку, покращувати імідж, вирішувати спільні проблеми. Тому пропоную ОК «Курсова робота з маркетингових стратегій» назвати «Курсова робота з маркетингових стратегій та маркетингу транскордонних регіонів».						
В ОПП. простежується системне формування навичок, затребуваних на ринку праці.	Зміст ОПП не викликає зауважень.						

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



Алла ЛЯЛЮК