



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

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

**ВИТЯГ
з протоколу №1**

від «11» вересня 2024 р.

**Засідання кафедри маркетингу
щодо затвердження змін у силабусах освітніх компонентів ОП Маркетинг 2024 р.**

Голова — Сак Т.В.

Секретар — Музика О. В.

Присутні: всі члени кафедри.

СЛУХАЛИ :

Про затвердження змін у силабусах освітніх компонентів ОП Маркетинг 2024 р.

ВИСТУПИЛИ:

Відповідальна за навчально-методичну роботу кафедри маркетингу к.е.н., доцент Лялюк А.М., з інформацією про зміни в вимогах щодо оформлення силабусів навчальних дисциплін на 2024-2025 н.р.

Назва ОК	Силабус Затв. протокол № 1 від 8.09. 2023 р	Силабус Затв. протокол № 1 від 11.09 2024 р	Обґрунтування змін
Вступ до фаху		Додано Змістовний модуль 3 Науково-дослідна робота здобувачів та академічна добросовісність	Внаслідок змін у НП і ОПП Маркетинг 2024 р. вилучена ОК Основи наукових досліджень та академічна добросовісність. Теми з даної ОК будуть розглядатися як окремий модуль в ОК Вступ до фаху
Маркетинг	Тема 9. Сутність та специфіка міжнародного маркетингу Загальна кількість годин на самостійну роботу – 50.	Тема 9 вилучена Загальна кількість годин на самостійну роботу –100 За темами 1-4,8 збільшено кількість питань, які виносяться на самостійне опрацювання	У НП і ОПП 2024 р. запроваджено ОК Міжнародний маркетинг. Збільшено кількість кількість кредитів з 5 до 6 , а також кількість годин на самостійну роботу (з 50 до 100) з ОК Маркетинг.

Маркетингова товарна політика	Тема 1. Цілі та сутність маркетингової товарної політики	Доповнено питанням: «Механізм формування та реалізації товарної політики підприємства»	За результатами опублікування автором курсу наукової статті «Формування продуктової стратегії як головного елемента маркетингової товарної політики»
	Тема: Формування асортименту товарів у роздрібній торговельній мережі	Замінити на: Тема Управління асортиментом продукції підприємства	За результатами опублікування автором курсу наукової статті «Товарна політика підприємства як об'єкт маркетингового аналізу і планування»
Маркетингова цінова політика	Тема Маркетингові стратегії ціноутворення	Доповнено питанням: «Вплив цінових стратегій на поведінку споживачів»	За результатами опублікування та апробації автором тез «Дослідження впливу маркетингової цінової політики на поведінку споживачів» на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг».
Поведінка споживача	Тема Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів	Збільшено кількість годин практичних занять (6 год)	За результатами опублікування автором курсу наукової статті «Маркетингові дослідження впливу цінової політики на поведінку споживачів»
Маркетингова політика розподілу і збуту		Зменшено кількість кредитів з 5-и до 4-х; відповідно зменшено на 4 год. лекції, на 2 год. практичні, на 2 год. консультації, на 22 год. самост. робота	Внаслідок змін у НП і ОПП Маркетинг 2024 р.
	Список рекомендованої літератури	Доповнено методичними виданнями автора	Рейкін В. С. Маркетингова політика розподілу і збуту. Конспект лекцій для студентів 3 курсу підготовки бакалавра спеціальності 075 Маркетинг. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024. 130 с. Рейкін В. С. Маркетингова політика розподілу і збуту: методичні вказівки до практичних занять для студентів 3 курсу підготовки бакалавра спеціальності 075 Маркетинг. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024. 55 с.

Логістика	Тема 1: Основи логістики	Доповнена питанням «Концептуальні підходи до категорії логістика»	За результатами опублікування автором наукової статті «Genesis of Conceptual Approaches to «Logistics» Category»
		Збільшено кількість кредитів з 4-х до 5-и; відповідно збільшено на 4 год. лекції, на 10 год. практичні, на 2 год. консультації, на 14 год. самот. робота	Внаслідок змін у НП і ОПП Маркетинг 2024 р.
	Список рекомендованої літератури	Доповнено публікаціями та методичними виданнями автора	Рейкін В.С. Genesis of Conceptual Approaches to «Logistics» Category. «Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки». 2024. № 1. С. 6-10. Рейкін В.С. Логістика. Конспект лекцій для студентів 3 курсу підготовки бакалавра спеціальності 075 Маркетинг. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024. 96 с.
Маркетингові дослідження	Тема «Маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів» Тема «Дослідження конкурентоспроможності підприємства, товару»	Об'єднано в одну тему: «Маркетингові дослідження конкурентоспроможності підприємства та конкурентів»	За результатами опублікування автором курсу наукової статті «Маркетингові дослідження впливу цінової політики на поведінку споживачів»
Маркетингова політика комунікацій	Тема 3. Форми та методи стимулювання збуту	Викладання вноземною (англійською мовою.) Тема 3. Forms and methods of sales promotion	За результатами проходження закордонного стажування (Курс «Наукові перспективи, інноваційні методи і технології навчання в системі вищої освіти Європейського союзу, зокрема Польщі» в Університеті Яна Длугоша В Ченстохові, Республіка Польща (180 годин, 6 кредитів ECTS) Сертифікат SU/252/2023 від 22.12.2023), а також наявності Сертифікату володіння англійською мовою рівня B2 (№ПК 05477296/000023-23)
	Тема 4. Прямий маркетинг	Викладання вноземною (англійською мовою.) Тема 4. Direct marketing	
Цифровий маркетинг		Добавлено тему «Таргетинг»	За результатами участі у програмі академічної мобільності Erasmus + та опублікованих

			колективних монографіях «Digital marketing: theoretical basics and development requirements», «Digital Marketing: Analysis of Current Trends in Ukraine and Worldwide»
Брендинг		Додавлено тему: «Цифровий брендинг»	Пройдено Он-лайн курс організований Університетом Іллінойсу (Урбана-Шампейн) (University of Illinois at Urbana-Champaign, UIU) «Цифрові медіа та основи маркетингу» Сертифікат від 13.03.24 https://certs.prometheus.org.ua/cert/f2232a1b20af4fdfa90d6761f3897605
Маркетинг інновацій	Тема 2. Маркетингове дослідження ринку інновацій	Доповнено питанням: «Аналітика у продуктовому ІТ»	За результатами підвищення кваліфікації для працівників закладів вищої освіти та акредитація інтегрувати курс «Аналітика у продуктовому ІТ». Компанія Genesis з ГО «Освітня фундація продуктового ІТ» (Product IT Foundation for Education) Сертифікат №027/1208-2024 від 30.08.2024 р.

УХВАЛИЛИ:

1. Затвердити силабуси навчальних дисциплін, розроблені згідно вимог на 2024-2025 н.р.
2. Оприлюднити силабуси на сторінці кафедри маркетингу на сайті університету.

ПРОГОЛОСУВАЛИ: «за» - одноголосно.

Голова

Тетяна САК

Секретар

Ольга МУЗИКА