



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

ВИТЯГ
з протоколу № 4

від 24 жовтня 2024 р.

Засідання кафедри маркетингу

Голова – Сак Т.В.

Секретар – Музика О. В.

Присутні: к.е.н., доцент Букало Н. А.,
к.е.н., доцент Лялюк А. М.,
к.е.н., доцент Милько І. П.,
д.е.н., професор Рейкін В.С.,
к.е.н., ст. викладач Савчук Я. О.,
завідувач кафедри, к.е.н., доцент Сак Т. В.,
лаборант Музика О. В.

СЛУХАЛИ:

Про внесення змін до переліку вибірових освітніх компонентів ОПП Маркетинг та міжнародна логістика другого (магістерського) рівня освіти.

СЛУХАЛИ: гаранта освітньо-професійної програми, доц. Милько І.П. про оновлення переліку вибірових освітніх компонентів ОПП Маркетинг та міжнародної логістики другого (магістерського) рівня освіти, яка зокрема зазначила, що здобувачі освіти ОПП Маркетинг та міжнародна логістика 2024 року вступу (2 курс) та 2025 року вступу (1 курс) матимуть можливість обрати ВОК, у тому числі з інших ОП університету, через Каталог, що містить відповідну інформацію за всіма ОП університету і налічує понад 3 тисячі ОК. Кафедра маркетингу щорічно оновлює каталог фахових вибірових ОК, які спрямовані на розширення та поглиблення спеціальних (фахових) компетентностей та досягнення ПРН, забезпечують здобувачам освіти поглиблене вивчення спеціальних ОК з урахуванням їх професійної спрямованості, регіонального та галузевого контексту та майбутнього працевлаштування. Описи ВОК щорічно оновлюються.

ВИСТУПИЛА: Завідувач кафедри маркетингу, доц. Сак Т.В., яка відмітила, що для розширення можливостей формування здобувачами освіти своєї індивідуальної освітньої траєкторії (ІОТ) доцільно пропонувати у кожному блоці ВОК не два, як було в попередні роки, а три освітні компоненти. Також запропонувала для посилення СК3, СК5, СК7, СК8 ввести до переліку ВОК ОК «Цифрова аналітика в маркетингу і логістиці».

ВИСТУПИЛА: Ольга Кас'ян, директор з маркетингу ПрАТ «Едельвіка», яка відзначила, що варто звернути увагу на необхідність проведення різних подій для презентації продукції цільовій аудиторії, організовування та участь у виставках та ярмарках, тому варто запропонувати здобувачам освіти до вільного вибору ОК «Івент-маркетинг».

ВИСТУПИЛА: Алла Лялюк, к.е.н., доцент кафедри маркетингу підтримала необхідність введення ОК «Івент-маркетинг», який посилить програмні результати навчання, зокрема СК4, СК6, Р8.

ВИСТУПИВ: Віталій Рейкін, д.е.н., професор кафедри маркетингу, який зауважив, що доповнення переліку вибірових освітніх компонентів ОК «Комп'ютерно-менеджмент» посилить знання та навички здобувачів освіти у частині планування, регулювання, контролю виробничо-господарської діяльності в умовах невизначеності та підсилить компетентності здобувачів у сфері міжнародної логістичної діяльності, яка пов'язана із високим ступенем ризиковості.

ВИСТУПИВ: Віталій Оксенюк, директор маркетингової агенції «Офіс маркетинголога Оксенюка», відмітив, що важливим є засвоєння магістрами соціальних навичок, зокрема, формування чіткого бачення функціональних і кросфункціональних КРІ організації і взаємної відповідальності за їх виконання; удосконалення навичок адаптувати стилі лідерства, впливу і комунікації залежно від ситуацій та критеріїв готовності колег і підпорядкованих до виконання завдань; основи ефективного проведення кросфункціональних нарад і ухвалення спільних, зважених, аргументованих рішень; формування навичок ефективного спілкування та переконання. До каталогу доцільно ввести ОК «Етика крос-функціональної взаємодії та комунікації».

ВИСТУПИЛА: Інна Милько, гарант ОП, к.е.н., доцент кафедри маркетингу наголосила, що вміння аналізувати інформацію є критично важливим для ефективного планування та оцінки результатів маркетингових заходів. Тому до Каталогу варто внести ОК «Основи аналітики даних». Вивчення основ аналітики даних сформує у здобувачів освіти навички роботи з ключовими метриками, інструментами візуалізації та прийняття стратегічних рішень на основі фактів. Також це посилить СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу; Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. Варто доповнити каталог освітнім компонентом «Логістичний аутсорсинг», який посилює компетентності у сфері логістики.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

УХВАЛИЛИ: Внести зміни в каталог вибірових ОК для здобувачів освіти ОП Маркетинг та міжнародна логістика 2024 року і 2025 року у такому вигляді:

Курс	Семестр	Навч. рік	Номер ВОК	Назва ВОК
1	1	2025-2026	ВОК 1	Маркетинг у сфері міжнародних послуг
1	1			Івент-маркетинг
1	1			Основи аналітики даних
1	1	2025-2026	ВОК 2	Глобальний маркетинг взаємовідносин
1	1			Маркетингові дослідження міжнародних логістичних послуг
1	1			Емоційний маркетинг
1	2	2025-2026	ВОК 3	Проектування міжнародних логістичних систем
1	2			Соціальний маркетинг
1	2			Комп'ютерно-менеджмент
1	2	2025-2026	ВОК 4	Етика та соціальна відповідальність у міжнародній логістиці
1	2			Логістичний аутсорсинг
1	2			Етика крос-функціональної взаємодії та комунікації

2	3	2025-2026	ВОК 5	Управління ланцюгами міжнародних поставок
2	3			Маркетинг і логістика в електронній торгівлі
2	3			Цифрова аналітика в маркетингу і логістиці
2	3	2025-2026	ВОК 6	Митна логістика
2	3			Диджитал-комунікації в маркетингу і логістиці
2	3			Маркетинг територій

Зав. кафедри маркетингу

Тетяна САК

Секретар

Ольга МУЗИКА