

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

20.01.2025 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 ОПП «Маркетинг»
8. Степанюк Ілля, здобувач вищої освіти четвертого курсу ОПП «Маркетинг»
9. Федорчук Іванна, здобувач вищої освіти третього курсу ОПП «Маркетинг»
10. Мурзіна Аліна, маркетолог ТзОВ «Фінкар»
11. Касьян Ольга, директор з маркетингу ПРАТ «Едельвіка»
12. Войтович Сергій, Голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу»
13. Рикальський Олександр, директор ТОВ « ТР.Е.К.»
14. Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції PaRtyzan
15. Левчук Анатолій, керівник компоненту з питань залучення громадян Проєкту USAID «ГОВЕРЛА».

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 ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти. Яка зокрема зазначила, здобувачі освіти ОП Маркетинг 2024 року вступу (2 курс), так як і здобувачі 3 і 4 курсів мають 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. Кафедрою маркетингу щорічно оновлюється каталог фахових вибірових ОК. які спрямовані на розширення та поглиблення спеціальних компетентностей та досягнення ПРН, забезпечують ЗО поглиблене вивчення спеціальних ОК з урахуванням їх професійної спрямованості, регіонального та галузевого контексту та майбутнього працевлаштування. Описи ВК щорічно оновлюються.

ВИСТУПИЛА:

Завідувач кафедри маркетингу, доц. Сак Т.В. яка відмітила, що для розширення можливості формування здобувачами освіти своєї ІОТ доцільно пропонувати у кожному блоці ВОК не два, як було в попередні роки а три освітні компоненти. Також запропонувала для посилення ФК6 і ФК8 ввести до переліку ВОК ОК Маркетинг підприємств малого бізнесу, а для посилення ФК5 і ФК7 ОК Маркетинг послуг .

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

ВИСТУПИВ:

Левчук Анатолій, керівник компоненту з питань залучення громадян Проєкту USAID «ГОВЕРЛА», який відзначив, що вивчення креативного маркетингу забезпечує маркетологів інструментами для генерації унікальних ідей, що призводять до виклику мінливого середовища, та розвитку здатності інтегрувати творчі рішення в бізнес-стратегії для досягнення довгострокового успіху бренду а тому запропонував внести до каталогу вибіркового ОК Креативний маркетинг.

ВИСТУПИЛА:

Здобувач третього курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Федорчук Іванна, яка відзначила, що на сьогодні важливо володіти знаннями щодо сучасних медіа та специфіки їх функціонування та управління. Тому запропонувала внести в каталог ОК Медіапланування в маркетинговій діяльності.

ВИСТУПИЛА:

К.е.н, доц. Букало Н.А., яка наголосила, що майбутні фахівці повинні уміти володіти компетенціями щодо формування позитивного іміджу та ефективних комунікацій з донорами та грантодавцями тому запропонувала ввести в каталог ОК Маркетинг некомерційних організацій.

ВИСТУПИВ :

Д.е.н, проф. Рейкін В.С., який повідомив, що на сьогодні важливо формування у здобувачів знань із теорії та практики інтернет-комунікацій, набуття умінь та навичок самостійної розробки програми просування продукції та послуг підприємства в мережі інтернет. Опанування відповідних тем ОК дозволить сформувати їх ринкове мислення в аспектах ефективного використання сучасних інструментів та технологій інтернет-комунікацій для вирішення маркетингових завдань підприємства, а також сформувати навички самостійно розробляти, реалізовувати та оцінювати ефективність програми

представництва підприємства в мережі Інтернет. Тому запропонував внести до каталогу ВОК такі ОК як Інтернет-комунікації та Маркетинг ІТ-продуктів.

ВИСТУПИЛА:

Мурзіна Аліна, маркетолог ТЗОВ «Фінкар», яка наголосила що надзвичайно актуальним для маркетологів у сучасних умовах є таргетинг, оскільки ефективно розуміння та використання цього інструменту дозволяє максимально точно досягти цільової аудиторії, оптимізувати маркетингові витрати та підвищити конверсії, відповідно запропонувала ввести до каталогу ОК Таргетинг.

ВИСТУПИЛА:

Доц. Милько І.П., яка відмітила, що для посилення ПРН3. ПРН5. доцільно ввести ОК Управління лояльністю споживачів, також доцільно вивчення ОК Екологічний маркетинг.

ВИСТУПИВ :

Степанюк Ілля, здобувач вищої освіти четвертого курсу ОП Маркетинг, який запропонував внести до каталогу ОК Нейромаркетинг.

ВИСТУПИВ :

Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції PaRtyzan, який наголосив, що майбутні фахівці з маркетингу повинні володіти способами подання товару та іншим заходами для його ефективної демонстрації потенційним покупцям. Це передбачає володіння навичками щодо викладення товарів, організації розташування в торговому просторі, розміщення обладнання в магазині, інформаційної підтримки та стратегії ціноутворення. Тому запропонував ввести до каталогу ОК Мерчендайзингу.

УХВАЛИЛИ:

1. Внести зміни в каталог вибіркового ОК для здобувачів освіти ОП Маркетинг 2024 року у такому вигляді:

Курс	Семестр	Навчальний рік	Номер вибіркового Освітнього компонента	Назва ВОК
2	3	2025-2026	ВОК 1	Сучасні маркетингові технології
2	3	2025-2026		ШІ в маркетинговій діяльності
2	3	2025-2026		Бенчмаркінг
2	3	2025-2026	ВОК 2	Контент-маркетинг
2	3	2025-2026		Створення та розвиток стартапів
2	3	2025-2026		Основи підприємницької діяльності та бізнесу
2	4	2025-2026	ВОК 3	Кон'юнктура ринку
2	4	2025-2026		Товарознавство
2	4	2025-2026		Промисловий маркетинг
2	4	2025-2026	ВОК 4	Новітній маркетинг
2	4	2025-2026		Проектування маркетингових служб
2	4	2025-2026		Креативний маркетинг
3	5	2026-2027	ВОК 5	Інфраструктура товарного ринку
3	5	2026-2027		Маркетинг туризму
3	5	2026-2027		Маркетинг в соціальних мережах
3	5	2026-2027	ВОК 6	Ціноутворення на світових ринках
3	5	2026-2027		Маркетинг підприємств малого бізнесу
3	5	2026-2027		Маркетинг некомерційних організацій
3	6	2026-2027	ВОК 7	Маркетинг послуг
3	6	2026-2027		Екологічний маркетинг
3	6	2026-2027		Сторітелінг
3	6	2026-2027	ВОК 8	Управління лояльністю споживачів
3	6	2026-2027		Реклама в системі маркетингу
3	6	2026-2027		Інтернет-комунікації
4	7	2028-2029	ВОК 9	Комерційна діяльність посередницьких підприємств
4	7	2028-2029		Політичний маркетинг
4	7	2028-2029		Нейромаркетинг
4	7	2028-2029	ВОК 10	Маркетинг нерухомості
4	7	2028-2029		Трейд-маркетинг
4	7	2028-2029		Мерчендайзинг
4	8	2028-2029	ВОК 11	Маркетинговий аналіз
4	8	2028-2029		Маркетинг ІТ-продуктів
4	8	2028-2029		Медіапланування в маркетинговій діяльності
4	8	2028-2029	ВОК 12	Маркетингові стратегії
4	8	2028-2029		E-mail маркетинг
4	8	2028-2029		Таргетинг

2. Внести зміни в каталог вибірових ОК для здобувачів освіти ОП

Гарант освітньої програми

Лялюк А. М.

Секретар

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Букало' (Bukalo).

Букало Н. А.