

ПРОТОКОЛ № 30

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

09.05.2025 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 ОПІ «Маркетинг»
8. Степанюк Ілля, здобувач вищої освіти третього курсу ОПІ «Маркетинг»
9. Федорчук Іванна, здобувач вищої освіти другого курсу ОПІ «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 складу робочої групи з розробки ОПП І НП підготовки фахівців за ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти за спеціальністю 075 Маркетинг.
2. Про результати зустрічі гаранта ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня з топ- менеджером ПрАТ «Едельвіка», виконавчим директором VolWest Group Кульпачем Петром, менеджером Adrenalin City Волковою Ольгою.
3. Про результати опитування роботодавців, керівників практик, академічної спільноти і здобувачів освіти.

1. СЛУХАЛИ: Гаранта освітньої програми доц. Лялюк А.М., яка повідомила, що член робочої групи Щербакова А. вже не є здобувачем освіти першого (бакалаврського) рівня, тому є потреба ввести іншого здобувача і запропонувала кандидатуру - Кривчук Анастасію, здобувача 1-го курсу ОП Маркетинг.
До обговорення долучилися усі члени робочої групи.
2. СЛУХАЛИ: Про результати зустрічі з топ-менеджером ПрАТ «Едельвіка» головою правління Юрієм Переходько, директором з маркетингу Ольгою Кас'ян, директором з економіки Оксаною Антонюк, директором з продажів Катериною Сиротенко <https://www.facebook.com/share/p/168VupcTTK/>. Стейкхолдери звернули увагу на необхідність вивчення статистичних методів в межах окремих освітніх компонентів, оскільки саме вони є ключовими інструментами для збору, аналізу та інтерпретації даних, що дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері маркетингу, прогнозувати поведінку споживачів і оцінювати ефективність маркетингових стратегій.

ВИСТУПИЛА: завідувач кафедри маркетингу, доц. Сак Т.В., яка відмітила, маркетологам важливо знати статистику, тому що вона дає змогу приймати обґрунтовані рішення на основі даних, а не інтуїції чи припущень. Статистика дозволяє краще розуміти потреби, поведінку та звички цільової аудиторії через опитування, аналітику трафіку, сегментацію клієнтів тощо. Маркетолог використовує статистичні дані для вимірювання ROI (окупності інвестицій), конверсії, кліків, переглядів і інших метрик, щоб зрозуміти, що працює, а що ні. Статистичні методи допомагають прогнозувати попит, сезонні коливання, потенційні ризики чи можливості для зростання.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

ВИСТУПИВ: Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції PaRtyzan, який доповнив попередній виступ, підтвердивши, що завдяки статистиці маркетологи можуть порівнювати різні варіанти реклами, сайтів або листів і обирати найефективніші. Використання статистичних методів мінімізує суб'єктивність і дозволяє аргументовано захищати стратегії перед керівництвом або клієнтами. Знання статистики допомагає ефективно розподіляти маркетинговий бюджет, інвестуючи в канали з найбільшим впливом.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

СЛУХАЛИ: Про результати зустрічі НПП кафедри маркетингу з виконавчим директором VolWest Group Кульпачем Петром, менеджером Adrenalin City Волковою Ольгою, яка відбулася 28.03.25 р. <https://www.facebook.com/share/p/1BQh3PUgNS>, на якій прозвучала пропозиція щодо збільшення кількості годин на вивчення ОК Цифровий маркетинг.

ВИСТУПИЛА: Мурзіна Аліна, маркетолог ТзОВ «Фінкар», яка підтвердила важливість володіння навиками, пов'язаними з цифровим маркетингом.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

3.СЛУХАЛИ: Гаранта освітньої програми доц. Лялюк А.М., яка повідомила, що на ФЕУ у період з 1-го по 8-е травня 2025 р. проводилися опитування

роботодавців

[https://docs.google.com/forms/d/1ucC-](https://docs.google.com/forms/d/1ucC-TZvXwyAv79XJSIWRpCDQk8y10Q3s4RbsMfBBK9w/viewform?edit_requested=true)

[TZvXwyAv79XJSIWRpCDQk8y10Q3s4RbsMfBBK9w/viewform?edit_requested=tr](https://docs.google.com/forms/d/1ucC-TZvXwyAv79XJSIWRpCDQk8y10Q3s4RbsMfBBK9w/viewform?edit_requested=true)
[ue](https://docs.google.com/forms/d/1ucC-TZvXwyAv79XJSIWRpCDQk8y10Q3s4RbsMfBBK9w/viewform?edit_requested=true), керівників практик [https://docs.google.com/forms/d/1HWncB-](https://docs.google.com/forms/d/1HWncB-D2AK6ikRxSksYj-vlzzD4NJ0RH5gh8PStUww8/viewform?edit_requested=true)

[D2AK6ikRxSksYj-vlzzD4NJ0RH5gh8PStUww8/viewform?edit_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1HWncB-D2AK6ikRxSksYj-vlzzD4NJ0RH5gh8PStUww8/viewform?edit_requested=true),

академічної

спільноти

[https://docs.google.com/forms/d/1KYFCsjU6Szqk7BroWjCmKR6qtBQePGOBSCD7](https://docs.google.com/forms/d/1KYFCsjU6Szqk7BroWjCmKR6qtBQePGOBSCD7M0Gw9eU/viewform?edit_requested=true)
[M0Gw9eU/viewform?edit_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1KYFCsjU6Szqk7BroWjCmKR6qtBQePGOBSCD7M0Gw9eU/viewform?edit_requested=true) і здобувачів освіти

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdVRvYKV8jTYM9cYjS9eT4teM01Zo](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdVRvYKV8jTYM9cYjS9eT4teM01Zo8qJqIohUaji5PeM-Q3uw/viewform)
[8qJqIohUaji5PeM-Q3uw/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdVRvYKV8jTYM9cYjS9eT4teM01Zo8qJqIohUaji5PeM-Q3uw/viewform).

В ході опитування керівників практик щодо якості практичної підготовки і проходження практик на питання, якими якостями потрібно сьогодні володіти фахівцям з маркетингу, були названі ініціативність, комунікаційні навички, мовні компетентності. На теж питання в ході опитування роботодавці назвали швидке логічне мислення, і самовдосконалення. Під час опитування представників академічної спільноти на питання «Які, на Вашу думку, компоненти або дисципліни слід додати чи оновити в освітній програмі для її вдосконалення?» вказали на доцільність доповнити освітній компонент МД темою, присвяченою статистичним методам обробки результатів маркетингових досліджень. Найбільш активну участь в опитуванні взяли здобувачі освіти.. Зокрема на питання «Що на Вашу думку, слід змінити в ОП?» а також на питання « Ваші пропозиції щодо покращення навчального процесу» були отримані відповіді, які повідомляємо від найчастіше заявлених до тих, які менше зустрічаються:

- 1) давати більше новітньої інформації відповідно до вимог роботодавців;
- 2) збільшити кількість тренінгів, курсів;
- 3) покращити функціонал дистанційних курсів;
- 4) збільшити кількість практичних і лабораторних занять, менше лекцій;
- 5) збільшити кількість взаємодії з реальним бізнесом через спільні проекти;
- 6) більше цікавих вибіркового дисциплін за спеціальністю;

7) більше практики ніж теорії.

8) влаштовувати побільше зустрічей з фахівцями з маркетингу

УХВАЛИЛИ:

1. Затвердити склад робочої групи ОПП Маркетинг у такому складі:

Лялюк А.М. – кандидат економічних наук, доцент, гарант освітньо-професійної програми;

Букало Н.А.– кандидат економічних наук, доцент;

Сак Т.В. – кандидат економічних наук, доцент.

Щербакова Анастасія, здобувач вищої освіти четвертого курсу ОПП «Маркетинг»

Степанюк Ілля, здобувач вищої освіти четвертого курсу ОПП «Маркетинг»

Федорчук Іванна, здобувач вищої освіти третього курсу ОПП «Маркетинг»

Кривчук Анастасія, здобувач вищої освіти першого курсу ОПП «Маркетинг»

Мурзіна Аліна, маркетолог ТзОВ «Фінкар»

Касян Ольга, директор з маркетингу ПРАТ «Едельвіка»

Войтович Сергій, Голова Волинського осередку громадської організації «Українська асоціація маркетингу»

Рикальський Олександр, директор ТОВ « ТР.Е.К.»

Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції PaRtyzan

Левчук Анатолій, керівник компоненту з питань залучення громадян Проекту USAID «ГОВЕРЛА».

Щербакова Анастасія, менеджер зі збуту ТОВ «Смарт Агро Плюс», випускник ОПП «Маркетинг».

2.Доповнити силабус ОК Маркетингові дослідження темою: «Статистичні методи збору і обробки маркетингової інформації».

3.Збільшити кількість годин на вивчення ОК Цифровий маркетинг

4. Продовжувати посилювати роботу, направлену на організації зустрічей здобувачів освіти з фахівцями з маркетингу.

5. НПП, які забезпечують освітній процес за даною ОП посилити методичну роботу щодо урізноманітнення форм навчання у вигляді різноманітних тренінгів, переглянути зміст силабусів стосовно включення тем, які розкривають сучасні проблеми маркетингової діяльності, що стоять перед роботодавцями.
6. Під час формування каталогу ВОК врахувати побажання здобувачів освіти щодо включення різноманітних курсів.
6. Дистанційні курси наповнювати такими електронним ресурсами як відеолекція автора, як чат-семінар та комп'ютерна презентація.

Гарант освітньої програми



Лялюк А. М.

Секретар



Букало Н.А.