

ПРОТОКОЛ № 32

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. 02.2026 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., доцент кафедри маркетингу.
7. Безпарточний М.Г., проф., професор кафедри маркетингу.
8. Касьян Ольга, директор з маркетингу ПРАТ «Едельвіка».
9. Мурзіна Аліна, маркетолог ТЗОВ «Фінкар».
10. Войтович Сергій, Голова Волинського осередку Громадської організації «Українська асоціація маркетингу».
11. Рикальський Олександр, директор ТОВ «ТР.Е.К.».
12. Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції PaRtyzan.
13. Левчук Анатолій, керівник компоненту з питань залучення громадян Проєкту USAID «ГОВЕРЛА», випускник факультету економіки та управління ВНУ імені Лесі Українки.
14. Щербакова Анастасія, менеджер зі збуту ТОВ «Смарт Агро Плюс», випускник ОПП «Маркетинг».
15. Кривчук Анастасія, здобувач вищої освіти другого курсу ОПП «Маркетинг».
16. Степанюк Ілля, випускник 2024 р. ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня.
17. Федорчук Іванна, здобувачка вищої освіти за ОПП Маркетинг, студентка четвертого курсу.

Порядок денний:

1. Про внесення змін до переліку вибіркових освітніх компонентів ОПП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти за спеціальністю D 5 Маркетинг.

СЛУХАЛИ:

Гаранта освітньої програми доц. Лялюк А.М. про доцільність оновлення переліку вибіркових освітніх компонентів ОП Маркетинг першого (бакалаврського) рівня освіти. Яка зокрема зазначила, що здобувачі освіти ОП Маркетинг мають можливість обрати ВОК, у тому числі з інших ОП університету через Каталог, що містить відповідну інформацію за всіма ОП університету. Кафедрою маркетингу щорічно оновлюється каталог фахових вибіркових ОК, які спрямовані на розширення та поглиблення спеціальних компетентностей, забезпечують 30 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 можливості формування здобувачами освіти своєї ІОТ доцільно пропонувати у кожному блоці по дві ВОК, а не три як було в попередньому році. Також запропонувала для посилення ФК5 і ФК9 ввести до переліку ВОК для здобувачів 4-го курсу ОК Нейромаркетинг, а для посилення ФК10 і ФК11 для здобувачів 3-го курсу ОК CRM-маркетинг.

До обговорення долучилися усі члени робочої групи.

ВИСТУПИВ: Жичук Микола, директор з маркетингу креативної агенції PaRtyzan, 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 залишити в каталозі вибіркового ВОК Креативний маркетинг.

ВИСТУПИЛА: здобувач другого курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Кривчук Анастасія, яка відзначила, що на сьогодні важливо уміти адаптуватися до нових платформ і технологій у комунікаціях. Тому запропонувала залишити в каталозі ВОК Інтернет-комунікації.

ВИСТУПИЛА: к.е.н, доц. Савчук Я.О., яка наголосила, що майбутні фахівці повинні уміти володіти компетенціями щодо формування позитивного іміджу та ефективних комунікацій з донорами та грантодавцями тому запропонувала залишити в каталозі ОК Маркетинг некомерційних організацій

ВИСТУПИВ : д.е.н, проф. Безпарточний М. Г., який повідомив, що на сьогодні важливо формувати такі ключові компетентності у взаємодії з клієнтами та побудові довгострокових відносин як от: розуміння клієнтів, персоналізація комунікацій, автоматизація маркетингу, аналітика та оцінка ефективності та побудова стратегій довгострокових відносин як формування цінності для клієнта та зростання прибутковості компанії. Тому запропонував внести до каталогу ВОК CRM-маркетинг.

ВИСТУПИЛА: Касьян Ольга, директор з маркетингу ПРАТ «Едельвіка», яка наголосила що надзвичайно актуальним для маркетологів у сучасних умовах є уміння здійснювати маркетингову діяльність на підприємствах малого бізнесу, том вважає за доцільне залишити ВОК Маркетинг підприємств малого бізнесу.

ВИСТУПИЛА: доц. Милько І. П., яка відмітила, що для посилення ПРНЗ доцільно залишити ВОК Комерційна діяльність посередницьких підприємств і ВОК Екологічний маркетинг.

ВИСТУПИВ: Войтович Сергій, Голова Волинського осередку Громадської організації «Українська асоціація маркетингу», який наголосив, що майбутні фахівці з маркетингу повинні розуміти клієнтів, а для цього насамперед потрібно уміти збирати, аналізувати та використовувати дані про поведінку й

потреби споживачів, тому запропонував ввести до каталогу ВОК CRM-маркетинг а також запропонував залишити ВОК Управління лояльністю споживачів.

УХВАЛИЛИ:

1. Внести зміни в каталог вибіркового ОК для здобувачів освіти ОП

Маркетинг на 2026-2027 н.р у такому вигляді:

Назва освітньої програми (рік створення)	Курс	Освітній компонент з каталогу
Маркетинг (2025 р.)	2	ВОК 1. Сучасні маркетингові технології
	2	ВОК 1. Бенчмаркінг
	2	ВОК 2. Контент-маркетинг
	2	ВОК 2. Створення та розвиток стартапів
	2	ВОК 3. Товарознавство
	2	ВОК 3. Промисловий маркетинг
	2	ВОК 4. Новітній маркетинг
	2	ВОК 4. Креативний маркетинг
Маркетинг (2024 р. зі змінами 2025 р.)	3	ВОК 5. Інфраструктура товарного ринку
	3	ВОК 5 Маркетинг туризму
	3	ВОК 5 Ціноутворення на світових ринках
	3	ВОК 5. CRM-маркетинг
	3	ВОК 6. Маркетинг підприємств малого бізнесу
	3	ВОК 6. Маркетинг некомерційних організацій
	3	ВОК 7. Маркетинг послуг
	3	ВОК 7 Екологічний маркетинг
	3	ВОК 7. Сторітелінг
	3	ВОК 8. Управління лояльністю споживачів
	3	ВОК 8. Реклама в системі маркетингу
	3	ВОК 8. Інтернет-комунікації
Маркетинг (2023 р.)	4	ВОК 9. Маркетинг нерухомості
	4	ВОК 9. Нейромаркетинг

	4	ВОК 10. Трейд-маркетинг
	4	ВОК 10. Комерційна діяльність посередницьких підприємств
	4	ВОК 11 Маркетингова бізнес-аналітика
	4	ВОК 11 Маркетинговий аналіз
	4	ВОК 12. Маркетинг в соціальних мережах
	4	ВОК 12. E-mail маркетинг

Гарант освітньої програми



Лялюк А. М.

Секретар



Букало Н.А.