

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ
засідання кафедри маркетингу**

«28» травня 2024 року

Полтава

№ 22

Присутні:

Голова – Писаренко Володимир.

Секретар – Надія Вишнівецька

Члени кафедри:	Герасимчук Наталія, Шульга Людмила, Дядик Тетяна, Даниленко Вікторія, Боровик Тетяна, Терещенко Іван, Майборода Олена, Кошова Лариса, Лядський Ігор, Решетнікова Ольга.
-------------------	--

Порядок денний:

Про визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти.

СЛУХАЛИ: Про визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти.

ВИСТУПИЛИ: Даниленко Вікторія про визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих у неформальній освіті (участь у конференції та публікація тез доповіді на конференції), здобувачами вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти заочної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «Брендинг», у обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС самостійної роботи (написання тез) з оцінкою по 10 балів (тези доповідей та сертифікати участі у міжнародній конференції (за наявності) додаються).

Тема 3. Стратегічний бренд-менеджмент:

Лях К.І., Чорнорук І.М. Основні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XV Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 14 травня 2024 року). Полтава: ПДАУ. 2024. С. 138-141.URL:

<https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/15218/konfereciya2024rcompressed.pdf>.

Чорнорук І., Яковлева К. Успіх аграрного підприємства через створення позитивного іміджу. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 211-213. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.

Тема 7. Бренд країни:

Михайленко Г. Тенденції розвитку брендингу в Україні. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 176-178. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.

ВИРІШИЛИ: визнати та перезарахувати результати навчання, здобуті у неформальній освіті (публікація тез доповіді на конференції), вищеперерахованим здобувачами вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти заочної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «Брендинг», обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС (самостійна робота – написання тез) з оцінкою 10 балів.

Голосували: «за» - 12, «проти» - 0, «утримались» - 0.

ВИСТУПИЛИ: Герасимчук Наталія про визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих у неформальній освіті (участь у конференції та публікація тез доповіді на конференції), здобувачами вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг», у обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС (написання тез) з оцінкою по 10 балів (тези доповідей та сертифікати участі у міжнародній конференції (за наявності) додаються).

Тема 1. «Сутність і сфера стратегічного маркетингу»:

Любченко Д.С. Стратегічний маркетинг і його роль в ефективній діяльності підприємства. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 172-173. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.

Романюк С.А. Напрямки стратегій ціноутворення. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С.196-198. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.

Тема 4. «Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку»:
Mykhailenko H., Dyadyk T.V. Marketing strategy for an educational programme to support higher education applicants (IDPs). *Маркетингове забезпечення продуктового ринку* : зб. тез XVI міжнар. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 14 трав. 2024 р.). Полтава: ПДАУ, 2024. С. 77–80. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/15218/konferenciya2024rcompress ed.pdf>.

Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.

Голуб К.О. Маркетингова товарна стратегія під час війни. Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XVI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 14 травня 2024 року). Полтава: ПДАУ. Полтава 2024. 187 с. С. 19-20. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/15218/konferenciya2024rcompress ed.pdf>

Тема 5. «Маркетингові стратегії росту»:

Голуб К.О. Маркетингова стратегія ТОВ «ГАРАНТ-2005». *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 159-160. <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.

Тема 4. Маркетингові стратегії сегментації та вибору цільового ринку.

Михайленко Г. Маркетингова стратегія освітньої програми підтримки абітурієнтів (ВПО) вищої освіти. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XV Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 14 травня 2024 року). Полтава: ПДАУ. 2024. С. 77-80. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/15218/konferenciya2024rcompress ed.pdf>.

Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.

Terentieva O. Case studies of successful examples of marketing strategies, analysis of experience and effectiveness of application. Theory and practice of modern science. VIII International Scientific and Theoretical Conference (Kraków, 11.10.2024). Poland, 2024. С. 25-29.

Тема 3. Визначення конкурентних переваг підприємства:

Кулага Б.А., Удосконалення стратегічного та тактичного планування маркетингової діяльності підприємства. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 169-172. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Хайлов О.О. Суть та роль маркетингової конкурентної стратегії підприємства. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 208-209. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.

Тема 7. Маркетингові конкурентні стратегії.

Terentieva O. The role of marketing strategies in shaping the image and attractiveness of Poltava city territorial community for investors and tourists. *Experimental and theoretical research in modern science. VI International Scientific and Practical Conference*. (March 16-18, 2024, Kishinev). Moldova, 2024.

Терентьєва О.В. Вплив маркетингових стратегій на імідж і привабливість Полтави для інвесторів та туристів: аналіз поточних практик та стратегічні рекомендації для залучення інвестицій і підтримки туристичного розвитку. *Scientific practice: modern and classical research methods*. 2024. С. 18-26. DOI 10.36074/logos-19.07.2024.003. URL: <https://archive.logos-science.com/index.php/conference-proceedings/article/view/2100>

Хоменко Р.В., Безгін С.І. Основні етапи формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Матеріали студентської наукової конференції Полтавського державного аграрного університету*, 16-17 травня 2024 року. Том I. Полтава: РВВ ПДАУ, 2024. С. 58-59. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/1000/materialysnkpdaу2024ch1.pdf>

ВИРІШИЛИ: визнати та перезарахувати результати навчання, здобуті у неформальній освіті (публікація тез доповіді на конференції), вищеперерахованим здобувачами вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «Стратегічний маркетинг», у обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС самостійної роботи (написання тез) з оцінкою 10 балів.

Голосували: «за» - 12, «проти» - 0, «утримались» - 0.

Голова засідання

Володимир ПИСАРЕНКО

Секретар

Надія ВИШНИВЕЦЬКА