

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

ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ
засідання кафедри маркетингу

«23» жовтня 2024 року

Полтава

№ 6

Присутні:

Голова – Писаренко Володимир.
Секретар – Надія Вишнівецька

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

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: Боровик Тетяна 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 денної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента вибіркової навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика», 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 5. Планування та організація створення нового продукту.

Горбачов В.О. Особливості впровадження маркетингових інновацій у діяльність аграрних підприємств. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик.* Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 160-163. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.

Шатравка Д., Мусієнко С. Значення брендингу і логістики в електронній комерції. *Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*, 27 вересня 2024 р. Полтава: ПДАУ, 2024. Том 2. С. 9-12. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnyk270924tom2sekcii5-8.pdf>

Тема 2. Управління товарним асортиментом.

Олексієнко С.А. Аналіз традиційних та сучасних інструментів маркетингового управління просуванням продукції. *Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XVI Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Полтава, 14 травня 2024 року). Полтава: ПДАУ, 2024. С. 90-93. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/15218/konferenciya2024rcompress.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 вибіркової навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика», обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС (написання тез) з оцінкою 10 балів.

Голосували: «за» - 11, «проти» - 0, «утримались» - 0.

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 денної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента вибіркової навчальної дисципліни «Маркетинг торгівлі», 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 9. Управління збутом та просуванням товару в торговельному маркетингу:

Гринь О.Е. Маркетингово-орієнтоване удосконалення збутової політики підприємств аграрної сфери. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 163-165. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Федорченко М.Б. Сутність збутової політики підприємств. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 205-

<https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Хоменко Р.В. Оцінка маркетингової збутової політики підприємств АПК. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 209-211. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>.

Уткін М. С. Формування маркетингової збутової політики підприємств аграрної сфери. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 202-205. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Тема 5. Маркетингове середовище торговельної діяльності підприємства:

Олексієнко С.А. Роль логістичного сервісу в діяльності підприємств оптової торгівлі. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 185-187. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Тема 8. Управління ціновою політикою торговельного маркетингу:

Лях К., Шатравка Д. Системи диференційованого ціноутворення. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С.173-176. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Мороз А.В. Маркетингове ціноутворення в аграрних підприємствах. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С. 181-183. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

Мороз А.В. Маркетингове ціноутворення в аграрних підприємствах. *Матеріали науково-практичної конференції за підсумками проходження здобувачами вищої освіти виробничих практик*. Випуск 17. Полтава: ПДАУ, 2024. С.181-183. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14566/zbirnykpraktyka2024-szhatyy1.pdf>

ВИРІШИЛИ: визнати та перерахувати 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 денної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента вибіркової навчальної дисципліни «Маркетинг торгівлі», обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС (самостійна робота – написання тез) з оцінкою 10 балів.

Голосували: «за» - 11, «проти» - 0, «утримались» - 0.

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 денної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента вибіркової навчальної дисципліни «Креативний маркетинг», 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 5. Ідеї в комунікаціях:

Радочіна О. В., Писаренко В. В., Аналіз ефективності соціальних медіа в стратегіях маркетингу: оцінка різних платформ і їх впливу на досягнення бізнес цілей. *Матеріали IV Міжнародна науково-практична конференція «Місцеве самоврядування в Україні та світі: теорія і практика».* 2024 р. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnykkonferenciyimisceve-samovryaduvannya2024.pdf>

Тема 2. Нейромаркетинг як інструмент впливу на поведінку споживачів:

Радочіна О. В., Писаренко В.В., Аналіз конкурентів у соціальних мережах: методи та інструменти. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики».* 2024 р. URL: https://drive.google.com/file/d/1DB0tK4JBe9eHwq-ryM_EkdW2PLvWjdo/view?ts=6745a460

Тема 1. Сутність креативності у бізнесі, розвиток навичок креативності:

Михайленко Г., Жорник І. Важливість, взаємозв'язок та синергізм між абстрактним мисленням та креативністю як основними компонентами особистісного розвитку шляхом вивчення іноземної мови. *Актуальні питання забезпечення якості вищої освіти: матеріали 55-ї наук.-метод. конф. викладачів і аспірантів (м. Полтава, 21-22 лют. 2024 р.).* Полтава, 2024. С. 193–194.

URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/9729/zbirnyk55metodkonferenciyi2024.pd>

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 денної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною

освітнього компонента вибіркової навчальної дисципліни «Креативний маркетинг», обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС (самостійна робота – написання тез) з оцінкою 10 балів.

Голосували: «за» - 11, «проти» - 0, «утримались» - 0.

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 денної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «Психологія маркетингу та реклами», 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 1. Загальнотеоретичні аспекти психології маркетингу і реклами:

Писаренко В., Сьомич М., Горбачов В. Адаптація аграрних підприємств до ринкових змін як вирішальна стратегія економічного виживання. *Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство»*. Полтава: ПДАА, 27 вересня 2024. Том 1. С. 253 – 257.

Яковлева К., Мороз С. Позитивний імідж підприємства як чинник конкурентоспроможності. *Стратегічний менеджмент агропродовольчої сфери в умовах глобалізації економіки: безпека, інновації, лідерство: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*, 27 вересня 2024 р. Полтава: ПДАУ, 2024. Том 2. С. 222-225. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/14465/zbirnyk270924tom2sekcii5-8.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 денної форми навчання 1 курсу 1 групи за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «Психологія маркетингу та реклами», обсязі 10 год./0,3 кредити ЄКТС (самостійна робота – написання тез) з оцінкою 10 балів.

Голосували: «за» - 11, «проти» - 0, «утримались» - 0.

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 «HR-

маркетинг», у обсязі 8 год./0,27 кредити ЄКТС самостійної роботи (написання тез) з оцінкою по 10 балів (тези доповідей та сертифікати участі у міжнародній конференції (за наявності) додаються).

Тема 10. Міжнародний досвід HR-маркетингу:

Дядик Т.В. Тренди світового ринку HR-технологій *Маркетингове забезпечення продуктового ринку*. Збірник тез XVI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 14 травня 2024 року). Полтава: ПДАУ. 2024. С. 84-86. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/15218/konferenciya2024rcompress.pdf>.

Тема 6. Процес формування HR-бренда:

Дядик Т.В., Загребельна І.Л., Міщенко О.В. Чинники та результати успішного управління корпоративним іміджем. *VII International scientific and practical conference «Scientific Research: «Theoretical Foundations and Practical Applications»* (January 24-26, 2024) Vienna, Austria, International Scientific Unity. 2024. С. 223-226. URL: https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/01/Scientific_research_theoretical_foundations_and_practical_applications.pdf.

Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах:

Дядик Т.В., Косенко В.М., Бублій А.С. Проектування іміджу організації – основний метод HR-маркетингу. *XI International scientific and practical conference «Innovative Solutions to Modern Scientific Challenges»* (February 21-23, 2024) Zagreb, Croatia, International Scientific Unity. 2024. С. 121-125. URL: https://isu-conference.com/wp-content/uploads/2024/02/Innovative_solutions_to_modern_scientific_challenges_Feb_21_23_2024.pdf.

Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства:

Дядик Т.В. Онбординг персоналу як елемент HR-маркетингу. Інноваційні рішення в економіці, бізнесі, суспільних комунікаціях та міжнародних відносинах: *матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 20 квітня 2023*. Т 1. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2023. С. 323-326. URL: <https://drive.google.com/file/d/1fEicFLUnFTZKLB6sei5eioxTmJldx0B0/view>.

ВИРІШИЛИ: визнати та перерахувати 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 «HR-маркетинг», у обсязі 8 год./0,27 кредити ЄКТС з оцінкою 10 балів.

Голосували: «за» - 11, «проти» - 0, «утримались» - 0.

ВИСТУПИЛИ: Даниленко Вікторія про визнання та перерахування результатів навчання, здобутих у неформальній освіті (проходження онлайн курсів на платформі ГО «МІЖНАРОДНА ФУНДАЦІЯ НАУКОВЦІВ ТА

ОСВІТЯН» за темами), здобувачкою вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти заочної форми навчання 2 курсу 1 групи Михайленко Галиною за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «HR-маркетинг», по темам: Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах, Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства у обсязі 16 год./0,5 кредити ЄКТС самостійної роботи з оцінкою 24 бали (сертифікат додається).

ВИРІШИЛИ: визнати та перезарахувати результати навчання, здобуті у неформальній освіті (проходження онлайн курсів на платформі ГО «МІЖНАРОДНА ФУНДАЦІЯ НАУКОВЦІВ ТА ОСВІТЯН» за темами), здобувачці вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти заочної форми навчання 2 курсу 1 групи Михайленко Галиною за частиною освітнього компонента обов'язкової навчальної дисципліни «HR-маркетинг», по темам: Тема 7. Розвиток HR-маркетингу в підприємствах, Тема 8. Маркетинг персоналу підприємства у обсязі 16 год./0,5 кредити ЄКТС самостійної роботи з оцінкою 24 бали (сертифікат додається).

Голосували: «за» - 11, «проти» - 0, «утримались» - 0.

Голова засідання



Володимир ПИСАРЕНКО

Секретар



Надія ВИШНИВЕЦЬКА