

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

ПРОТОКОЛ

розширеного засідання науково-методичної ради спеціальності Маркетинг

25 лютого 2020 року

м. Полтава

№ 6

Присутні:

Голова – Дядик Тетяна.

Секретар – Калюжна Юлія.

Члени науково-методичної ради: Даниленко Вікторія,
Боровик Тетяна,
Терещенко Іван,
Калюжна Юлія.

Запрошені: гарант ОПП Маркетинг за рівнем Магістр, професор Писаренко Володимир, гарант ОПП Маркетинг за рівнем Бакалавр, доцент Терещенко Іван, зовнішні стейкхолдери ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг за рівнем Бакалавр та Магістр: керівник регіонального підрозділу ТОВ «ТД Ресурс» у Полтавській області Алексахин Євген; начальник відділу просування та розуміння ТОВ АФ «Маяк» Котелевського району Іщенко Наталія; директор ТОВ «Українське зерно» Бакум Сергій; співзасновник PR-агентства Yoda Consult, м. Полтава Каплін Діонісій; члени групи розробників ОПП Маркетинг за бакалаврським рівнем, здобувачі вищої освіти ОПП Маркетинг рівня Бакалавр: Магарламова Еліза, Пашенко Віталій; члени групи розробників ОПП Маркетинг за магістерським рівнем, здобувачі вищої освіти ОПП Маркетинг рівня Магістр Дикопавленко Вікторія, Чухліб Олександра, випускник магістратури ОПП Маркетинг Лядський Ігор.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

1. Про розгляд та схвалення нової редакції освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для здобувачів вищої освіти 2021 року набору освітніх ступенів Бакалавр та Магістр.

2. Обговорення оновлення змісту навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг (2021 року набору) освітніх ступенів Бакалавр та Магістр та робочих навчальних планів, їх відповідності ОПП в новій редакції.

3. Різне.

1. СЛУХАЛИ: про розгляд та схвалення нової редакції освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для здобувачів вищої освіти 2021 року набору освітніх ступенів Бакалавр та Магістр.

ВИСТУПИЛИ:

1. Дядик Тетяна, голова НМР «Маркетинг» к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу. Випусковою кафедрою маркетингу для 2021 року набору студентів за ОПП Маркетинг були розроблені Проекти освітніх програм, що були оприлюднені на сайті академії (протягом місяця) для обговорення. Відповідно до пропозицій гарантів та робочих груп розробників ОПП, рекомендацій зовнішніх стейкхолдерів до обох ОПП за ступенями освіти Бакалавр та Магістр були внесені коригування, та, відповідно, сформовані ОПП у новій редакції. ОПП Маркетинг у нові редакції для обох рівнів обговорена на кафедрі маркетингу (протокол №15 від 22 лютого) та вноситься на схвалення науково-методичної ради.

2. Терещенко Іван – Гарант ОПП за освітнім рівнем Бакалавр, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу. У Проекті, що оприлюднений на сайті ЗВО, пропонуємо внести такі коригування у розділі 1 (нова редакція полягала в уточненні особливостей ОПП, внесені деякі коригування до інших підрозділів). Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг (див. табл. нижче). Крім того, запропоновані деякі зміни у розділі 2, відповідно до запропонованих пропозицій.

3. Бакум Сергій – директор ТОВ «Українське зерно», Іщенко Наталія, начальник відділу просування та розуміння ТОВ АФ «Маяк. Внести редакції до формулювання особливості ОПП: «Особливість програми у поглибленому вивченні маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом (в тому числі аграрним) з поглибленим вивченням методів збору інформації, обліку, економіко-фінансового аналізу, моделювання і планування розвитку підприємства в умовах діджиталізації різних сфер виробництва та споживання».

4. Алексашин Євген – керівник регіонального підрозділу ТОВ «ТД Ресурс» у Полтавській області. Перспективними напрямками розвитку маркетингової збутової політики та дистрибуції є діджиталізація усіх процесів, цифрова трансформація та розвиток маркетингу у соціальних мережах (SMM). Тому пропоную впровадження викладання дисципліни «Маркетинг у соціальних мережах» (SMM – social media marketing) замість дисципліни «Реклама і рекламна діяльність», яку можемо перенести у вибірковий блок.

5. Магарламова Еліза, Пащенко Віталій – здобувачі вищої освіти ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг за рівнем Бакалавр. Впровадження викладання дисципліни, що стосувалась б основ аналітики у напрямку маркетингового аналізу.

6. Даниленко Вікторія – член групи розробників ОПП, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу. Відповідно до внесених пропозицій та оптимізації отриманих компетентностей та результатів навчання у розрізі навчальних дисциплін пропоную внести коригування кількості ЗК, ФК та ПРН по ОК до матриць забезпечення компетентностей та програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньо-професійної програми.

1. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг СВО Бакалавр

	Проект	Нова редакція
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна академічна з практико-орієнтованим навчанням Програма орієнтована на загальновідомі положення та результати сучасних наукових досліджень з маркетингу.	Освітньо-професійна академічна з практико-орієнтованим навчанням Програма орієнтована на загальновідомі положення та результати сучасних наукових досліджень з маркетингу.
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі управління та адміністрування. Акцент на здобутті теоретичних знань та практичних умінь і навичок, достатніх для успішного виконання професійних обов'язків за обраною спеціальністю. Ключові слова: маркетинг, товар, ціноутворення, комунікації, стратегія, реклама, інновації, логістика, ефективність.	Загальна освіта в галузі управління та адміністрування. Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності підприємств з акцентом на аграрну галузь. Ключові слова: ринок, маркетинг, ціноутворення, товарна політика, маркетингові комунікації, реклама, СММ, інновації, логістика, ефективність.
Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами фаховими компетенціями. Особливість програми у поглибленому вивченні маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом: поєднання основ обліку та фінансів, вмінь оцінювати результати діяльності у сфері підприємництва; планувати розвиток організації в напрямі підвищення економічної ефективності її діяльності та конкурентоспроможності Завдяки тісній співпраці з професіоналами-практиками сфери маркетингу дозволяє опанувати сучасні маркетингові технології шляхом проходження виробничих практик в сучасних підприємствах, організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.	Освітньо-професійна програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу, сприяє оволодінню здобувачами фаховими компетенціями. Особливість програми у поглибленому вивченні маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом (з акцентом на аграрний сектор) з поглибленим вивченням методів збору інформації, обліку, економіко-фінансового аналізу, моделювання і планування розвитку підприємства в умовах діджиталізації різних сфер виробництва та споживання. Завдяки тісній співпраці з професіоналами-практиками сфери маркетингу дозволяє опанувати сучасні маркетингові технології шляхом проходження виробничих практик в сучасних підприємствах і організаціях; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.

	Проект	Нова редакція	
Придатність до працевлаштування	За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, зокрема, у таких підрозділах та відділах: маркетингу; HR-маркетингу, постачання; збуту; виробництва; міжнародних зв'язків; планово-економічному; маркетингових досліджень; реклами та PR для самостійного виконання планових, діагностичних, дослідницьких та проектних завдань, керування фахівцями нижчого посадового рівня.	Відповідно до національного класифікатору України: Класифікатор професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня можуть займати посади, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності:	
		Назва і шифр професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
		3415. Технічні та торговельні представники	Агент Агент комерційний. Агент роз'їздний. Агент технічний Мерчендайзер Представник торговельний Торговець комерційний Торговець роз'їздний Торговець промисловий Торговець технічний
		3419. Інші фахівці в галузі фінансів та торгівлі	Організатор з постачання Організатор із збуту
		3429. Агенти з комерційних послуг та торговельні брокери	Агент рекламний. Представник з реклами Ревізор комерційний Торговець (обслуговуванні бізнесу та реклами)
		2419.2; 2411. Професіонали в сфері маркетингу	2419.2. Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Рекламист

	Проект	Нова редакція
		2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Консультант з маркетингу 2419.2 Фахівець з державних закупівель 2419.2 Фахівець із сертифікації та стандартизації та якості 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку 2419.2 Фахівець із зв'язків з громадськістю 2441. Маркетолог 2441. Мерчандайзинг 2441. Експерт зі збуту 2441. Агент 2441. Бренд-менеджер
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта. Інтерактивні технології навчання (проблемні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень тощо).	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта, електронне навчання в системі Moodle (CASE-study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних). Інтерактивні технології навчання (проблемні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, інноваційні, контекстні навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень тощо). Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів тощо.
Оцінювання	Оцінювання якості освоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань (семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти). Поточне оцінювання – на семінарських, практичних,	Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних, практичних, семінарських,

	Проект	Нова редакція
	<p>лабораторних заняттях (усне або письмове опитування, експрес-контроль, виступи здобувачів при обговоренні питань, контрольні роботи, тестовий контроль, звіти про лабораторні роботи, презентації тощо).</p> <p>Підсумковий контроль – екзамен або залік (диференційований залік).</p> <p>Підсумкова атестація – єдиний державний кваліфікаційний іспит.</p>	<p>індивідуальних занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань та за виконання самостійної роботи.</p> <p>Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти.</p> <p>Семестровий контроль проводиться у формах екзамену або заліку (диференційованого заліку) з урахуванням накопичених балів поточного контролю.</p> <p>Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі кваліфікаційного екзамену іспиту за спеціальністю.</p>
Кадрове забезпечення	<p>Розробники програми: кандидати економічних наук, доценти.</p> <p>Всі розробники є штатними співробітниками Полтавської державної аграрної академії</p> <p>Гарант освітньо-професійної програми – кандидат економічних, доцент.</p> <p>До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, професіонали практики (стейкхолдери).</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається також за рахунок участі у професійних тренінгах, семінарах, майстер-класах тощо.</p>	<p>Розробники програми: кандидати економічних наук, доценти. Всі розробники є штатними співробітниками Полтавської державної аграрної академії</p> <p>Гарант освітньо-професійної програми – кандидат економічних, доцент. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають освітній, професійній кваліфікації та досягненням у професійній діяльності згідно Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності й Положення про акредитацію освітніх програм, професіонали-практики та інші стейкхолдери.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники здійснюють підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Також підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається шляхом неформальної, інформальної освіти за рахунок участі у професійних тренінгах, семінарах, вебінарах, майстер-класах тощо.</p>

ВИСТУПИЛИ:

1. Писаренко Володимир – гарант ОПП за освітнім рівнем Магістр. У Проєкті, що оприлюднений на сайті ЗВО, пропонуємо внести такі коригування у розділі 1 (нова редакція полягала в уточненні особливостей ОПП, внесені деякі коригування до інших підрозділів). Профіль освітньо-професійної програми зі спеціальності 075 Маркетинг (див. табл. нижче). Крім того, запропоновані деякі зміни у розділі 2, відповідно до запропонованих пропозицій.

2. Бакум Сергій – директор ТОВ «Українське зерно». Іщенко Наталія, начальник відділу просування та розуміння ТОВ АФ «Маяк. Внести редакції до формулювання особливості ОПП: «Особливість у поглибленому вивченні методів формування маркетингових стратегій аграрних підприємств; HR-маркетингу, брендингу з урахуванням вітчизняних та закордонних практик маркетингового управління аграрним бізнесом та з можливістю подальшого набуття необхідних дослідницьких навиків для наукової роботи».

3. Іщенко Наталія, начальник відділу просування та розуміння ТОВ АФ «Маяк. Відповідно до доповненої особливості ОП щодо посилення вивчення ОК відповідно до специфіки аграрного бізнесу, збільшити вивчення ОК Управління маркетингом в аграрних підприємствах до 4,5 кредитів.

4. Бакум Сергій – директор ТОВ «Українське зерно». Все більшої уваги в сучасних умовах набирає потреба правильного маркетингового аналізу даних, накопичених підприємством за час роботи, адже надалі його можна буде використати для розвитку та просування підприємства, а також посідання ним ключових позицій на ринку. Через це великі сподівання покладено на відділ маркетингу; від того, чи виправдаються вони, залежить майбутнє підприємства. Тому пропоную впровадження викладання дисципліни «Маркетинговий аналіз» замість дисципліни «Охорона праці в галузі та цивільний захист». Відповідно прибрати ЗК 9 та ПРН 16 та доповнити: ФК Здатність застосовувати методи проведення маркетингового аналізу за конкретними його напрямками. ПРН Вміти виявляти маркетингові резерви на основі маркетингового аналізу, розробляти заходи з удосконалення маркетингової діяльності у розрізі елементів комплексу маркетингу.

5. Каплін Діонісій Сергійович – співзасновник PR-агентства Yoda Consult, м. Полтава. Відповідно до ПРН 5 Вміти презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів іноземною мовою, визначеного стандартом, викладати окремі теми з ОК Стратегічний маркетинг іноземною мовою.

6. Дикопавленко Вікторія, Чухліб Олександра – здобувачі вищої освіти ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг за рівнем Магістр. Пропонується скорочення часу на вивчення дисципліни «Стратегічний маркетинг» до 3 кредитів, оскільки з неї студенти виконують курсову роботу. Відповідно 2 дисципліни: «Стратегічний маркетинг» та «Логістичний менеджмент», з яких передбачено виконання курсових робіт, матимуть однаковий обсяг – 3 кредити.

7. Дядик Тетяна, член групи розробників ОПП, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу. Внести зміни до матриць забезпечення компетентностей та програмних результатів навчання (ПРН) відповідним компонентам освітньо-професійної програми (коригування кількості ЗК, ФК та ПРН по ОК).

1. Профіль освітньо-професійної програми Маркетинг зі спеціальності 075 Маркетинг СВО Магістр

	Проект	Нова редакція
Орієнтація освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна академічна з елементами наукового пошуку Програма орієнтована на основні напрями професійної діяльності маркетологів у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра в області комунікацій, збуту, стратегічного маркетингу, digital-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу.	Освітньо-професійна академічна з елементами наукового пошуку Програма орієнтована на основні напрями професійної діяльності маркетологів у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра в області комунікацій, збуту, стратегічного маркетингу, digital-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу.
Основний фокус освітньо-професійної програми та спеціалізації	Загальна освіта в галузі управління та адміністрування. Акцент на здобутті поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціальністю, загальних засад методології наукової та професійної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: стратегічний маркетинг, інтернет-маркетинг, логістичний менеджмент, брендинг, HR-маркетинг, управління маркетингом.	Загальна освіта в галузі управління та адміністрування. Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності. Акцент на здобутті поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціальністю, загальних засад методології наукової та професійної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: маркетинговий аналіз, стратегічний маркетинг, інтернет-маркетинг, логістичний менеджмент, брендинг, HR-маркетинг, управління маркетингом в аграрних підприємствах.
Особливості освітньо-професійної програми	Освітньо-професійна програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. Особливість у поглибленому вивченні стратегічного маркетингу, логістичного менеджменту, Інтернет-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу з можливістю подальшого набуття необхідних дослідницьких навиків для наукової роботи. Тісна співпраця з підприємствами та організаціями різних форм власності дозволяє опанувати сучасні (новітні) технології маркетингу на реальних	Освітньо-професійна програма передбачає глибоку професійну та практичну реалізацію набутих компетентностей у сфері маркетингу для всіх учасників ринку. Особливість у поглибленому вивченні методів формування маркетингових стратегій аграрних підприємств; HR-маркетингу, брендингу з урахуванням вітчизняних та закордонних практик маркетингового управління аграрним бізнесом та з можливістю подальшого набуття необхідних дослідницьких навиків для наукової роботи. Тісна співпраця з підприємствами та організаціями різних форм власності дозволяє опанувати сучасні (новітні)

	Проект	Нова редакція	
	прикладях, зокрема шляхом: проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, бізнес-структурах, переробних підприємствах, торгівельних установах; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях; круглих столах, тренінгах, захисту кваліфікаційної роботи.	технології маркетингу на реальних прикладах, зокрема шляхом: проходження виробничої практики в сучасних підприємствах, бізнес-структурах, переробних підприємствах, торгівельних установах; написання наукових робіт, тез, статей; презентації проведених досліджень та пропозицій на науково-практичних конференціях; круглих столах, тренінгах, захисту кваліфікаційної роботи.	
Придатність до працевлаштування	За Державним класифікатором професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть працювати: <ul style="list-style-type: none"> – керівними працівниками апарату центральних органів державної влади; – керівними працівниками апарату місцевих органів державної влади; – керівниками фінансових, бухгалтерських, економічних, юридичних та адміністративних підрозділів та інші керівники; – керівниками малих підприємств без апарату управління в сільському, мисливському, водному господарствах, лісівництві, рибному промислі; – менеджерами (управителями) з питань комерційної діяльності та управління; – керівниками підрозділів маркетингу; – менеджерами (управителями) з маркетингу; – менеджерами (управителями) з логістики; – менеджерами (управителями) з постачання; – менеджерами (управителями) з реклами; 	Відповідно до національного класифікатору України: Класифікатор професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть працювати:	
		Назва і шифр професійної групи	Професійна назва роботи (посада)
		12. Керівники підприємств, установ та організацій	
		1231. Керівники адміністративних підрозділів	1231. Провідний маркетолог 1231.Заступник начальника відділу з маркетингу
1233. Керівники підрозділів маркетингу	1233. Директор з маркетингу 1233. Начальника відділу збуту(маркетингу) 1233.Начальника відділу з реклами та зв'язків з громадськістю		
1234. Начальник відділу	1234.Начальник відділу з реклами 1234.Начальник відділу зв'язків з громадкістю		

	Проект	Нова редакція	
	<p>– викладачами середніх та вищих навчальних закладів; – науковими співробітниками; – професіоналами у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; маркетологами.</p>	1239. Керівники інших функціональних підрозділів	1239. Керівник рекламного бюро 1239. Керівник групи з дослідження ринків
		13. Керівники малих підприємств без апарату управління	
		1317. Керівники малих підприємств	317. Директор малого підприємства 1317. Директор малої фірми (рекламної) 1317. Керуючий агентством (страховим, торговельним, нерухомості, рекламним)
		14. Менеджери (управителі) підприємств, установ, організацій та їх підрозділів	
		1475. Менеджери (управителі) у сфері маркетингу	1475. Менеджер з маркетингу 1475. Менеджер з реклами 1475. Менеджер із збуту 1475. Торговець, торговий представник (обслуговування бізнесу та реклами) 1475. Рекламист 1475. Маркетолог
		II. Професіонали	
		2419.1 Професіонали наукової сфери в галузі маркетингу	2419.1 Молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність)

	Проект	Нова редакція	
			господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.1 Науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва)
		2419.2; 2411. Професіонали в сфері маркетингу	2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Рекламист 2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Консультант з маркетингу. 2419.2 Фахівець з державних закупівель. 2419.2 Фахівець із зв'язків з громад кістю та пресою. 2419.2 Фахівець із сертифікації та стандартизації та якості. 2419.2 Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. 2441. Маркетолог. 2441. Мерчандайзинг. 2441. Логіст. 2441. Експерт зі збуту. 2441. Бренд-менеджер.
Викладання та навчання	Студентоцентроване, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта. Проблемні, інтерактивні, проектні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, контекстні технології навчання, навчання з допомогою електронного	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта, електронне навчання в системі Moodle (CASE-study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних). Інтерактивні технології навчання (проблемні, проектні,	

	Проект	Нова редакція
	<p>ресурсу, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій, практичних занять, лабораторних робіт, самостійного навчання, індивідуальних занять тощо.</p>	<p>інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, інноваційні, контекстні навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень тощо). Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів тощо.</p>
Оцінювання	<p>Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних, практичних, семінарських, індивідуальних занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань та за виконання самостійної роботи. Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену або заліку (диференційованого заліку). Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі захисту кваліфікаційної роботи.</p>	<p>Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних, практичних, семінарських, індивідуальних занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань та за виконання самостійної роботи. Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Семестровий контроль проводиться у формах екзамену або заліку (диференційованого заліку) з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі захисту кваліфікаційної роботи.</p>

ВИРІШИЛИ:

1. Схвалити нову редакцію ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування для здобувачів 2021 року набору за рівнями Бакалавр та Магістр відповідно до внесених пропозицій від Гарантів, науково-педагогічних працівників випускової кафедри маркетингу, членів групи забезпечення спеціальності, робочих груп розробників ОПП, студентів та зовнішніх стейкхолдерів.

2. Клопотати перед вченою радою ННІ ЕУПІТ про схвалення нової редакції ОПП Маркетинг для 2021 року набору. ОПП рекомендувати до використання в освітній діяльності при підготовці здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг СВО Бакалавр та Магістр.

Прийнято одногосно.

2. СЛУХАЛИ: обговорення оновлення змісту навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг (2021 року набору) освітніх ступенів Бакалавр та Магістр та робочих навчальних планів, їх відповідності ОПП в новій редакції.

ВИСТУПИЛИ: Дядик Тетяна, голова НМР «Маркетинг» к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу. Відповідно до внесених пропозицій щодо нової редакції ОПП Маркетинг за рівнями Бакалавр та Магістр, змінюється перелік компонент ОПП та їх обсяг.

Відповідно, за рівнем Бакалавр ОК 3 «Економіко-математичні методи та моделі» замінити на навчальну дисципліну «Економетричний аналіз», із незмінним загальним обсягом 5 кредитів та формою підсумкового контролю – екзамен. ОК 35 «Реклама та рекламна діяльність» перенести у блок вибіркового дисциплін, а ввести до ОК – ОК 28 «Маркетинг у соціальних мережах» із незмінним загальним обсягом 5 кредитів та формою підсумкового контролю – екзамен. Відповідно, у 2021 році зміняться шифри після 27.

За рівнем Магістр відповідно до рекомендацій НПП, студентів та зовнішніх стейкхолдерів для СВО магістр до навчального плану 2021 року набору внести наступні коригування:

Дисципліну «Охорона праці в галузі та цивільний захист» перенести у каталог вибіркового дисциплін.

До обов'язкових дисциплін загального блоку включити «Маркетинговий аналіз».

Збільшити вивчення навчальної дисципліни «Управління маркетингом в аграрних підприємствах» до 4,5 кредитів.

Скоротити час на вивчення дисципліни «Стратегічний маркетинг» до 3 кредитів. Відповідно 2 дисципліни: «Стратегічний маркетинг» та «Логістичний менеджмент», з яких передбачено виконання курсових робіт, матимуть однаковий обсяг – 3 кредити.

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми Маркетинг СВО Бакалавр

Проект				Нова редакція			
Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ОК 1	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	екзамен	ОК 1	Безпека життєдіяльності та основи охорони праці	3	екзамен
ОК 2	Вища математика	5	екзамен	ОК 2	Вища математика	5	екзамен
ОК 3	Економіко-математичні методи та моделі	5	екзамен	ОК 3	Економетричний аналіз	5	екзамен
ОК 4	Економічна інформатика	3	залік	ОК 4	Економічна інформатика	3	залік
ОК 5	Економічна теорія	6	екзамен	ОК 5	Економічна теорія	6	екзамен
ОК 6	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік, екзамен	ОК 6	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	6	залік, екзамен
ОК 7	Історія та культура України	4	екзамен	ОК 7	Історія та культура України	4	екзамен
ОК 8	Правознавство	3	екзамен	ОК 8	Правознавство	3	екзамен
ОК 9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен	ОК 9	Українська мова (за професійним спрямуванням)	3	екзамен
ОК 10	Університетська освіта	3	залік	ОК 10	Університетська освіта	3	залік
ОК 11	Фізичне виховання	4	залік	ОК 11	Фізичне виховання	4	залік
ОК 12	Філософія	3	залік	ОК 12	Філософія	3	залік
ОК 13	Біржова справа	3	екзамен	ОК 13	Біржова справа	3	екзамен
ОК 14	Бухгалтерський облік	3	залік	ОК 14	Бухгалтерський облік	3	залік
ОК 15	Економіка і фінанси підприємства	4,5	екзамен	ОК 15	Економіка і фінанси підприємства	4,5	екзамен
ОК 16	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4,5	екзамен	ОК 16	Економіка праці і соціально-трудова відносини	4,5	екзамен
ОК 17	Економіка та організація інноваційної діяльності	4	екзамен	ОК 17	Економіка та організація інноваційної діяльності	4	екзамен
ОК 18	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	залік	ОК 18	Зовнішньоекономічна діяльність підприємства	4	залік
ОК 19	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	екзамен	ОК 19	Інформаційні системи і технології в маркетингу	3	екзамен
ОК 20	Інфраструктура товарного ринку	6,5	залік, екзамен	ОК 20	Інфраструктура товарного ринку	6,5	залік, екзамен
ОК 21	Конкурентоспроможність підприємства	4	екзамен	ОК 21	Конкурентоспроможність підприємства	4	екзамен
ОК 22	Курсова робота «Конкурентоспроможність підприємства»	3	диф. залік	ОК 22	Курсова робота «Конкурентоспроможність підприємства»	3	диф. залік
ОК 23	Курсова робота «Логістика»	3	диф. залік	ОК 23	Курсова робота «Логістика»	3	диф. залік
ОК 24	Курсова робота «Маркетинг»	3	диф. залік	ОК 24	Курсова робота «Маркетинг»	3	диф. залік
ОК 25	Курсова робота «Маркетингова товарна політика»	3	диф. залік	ОК 25	Курсова робота «Маркетингова товарна політика»	3	диф. залік
ОК 26	Логістика	5	екзамен	ОК 26	Логістика	5	екзамен

OK 27	Маркетинг	7,5	залік, екзамен	OK 27	Маркетинг	7,5	залік, екзамен
OK 28	Маркетингова збутова політика	3	екзамен	OK 28	Маркетинг у соціальних мережах	5	екзамен
OK 29	Маркетингова товарна політика	5	екзамен	OK 29	Маркетингова збутова політика	3	екзамен
OK 30	Маркетингове ціноутворення	3,5	екзамен	OK 30	Маркетингова товарна політика	5	екзамен
OK 31	Маркетингові дослідження	4	екзамен	OK 31	Маркетингове ціноутворення	3,5	екзамен
OK 32	Маркетингові комунікації	4,5	екзамен	OK 32	Маркетингові дослідження	4	екзамен
OK 33	Менеджмент	4	залік	OK 33	Маркетингові комунікації	4,5	екзамен
OK 34	Міжнародний маркетинг	3,5	залік	OK 34	Менеджмент	4	залік
OK 35	Реклама і рекламна діяльність	5	екзамен	OK 35	Міжнародний маркетинг	3,5	залік
OK 36	Товарознавство	4	екзамен	OK 36	Товарознавство	4	екзамен
OK 37	Навчальна практика «Економічна інформатика»	7,5	диф. залік	OK 37	Навчальна практика «Економічна інформатика»	7,5	диф. залік
OK 38	Навчальна практика «Маркетинг»	9	диф. залік	OK 38	Навчальна практика «Маркетинг»	9	диф. залік
OK 39	Комплексна практика з фаху	6	диф. залік	OK 39	Комплексна практика з фаху	6	диф. залік
OK 40	Організаційно-аналітична практика	9	диф. залік	OK 40	Організаційно-аналітична практика	9	диф. залік
OK 41	Атестаційний екзамен	3	екзамен	OK 41	Атестаційний екзамен	3	екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180		Загальний обсяг обов'язкових компонентів		180	
Загальний обсяг вибіркового компонента		60		Загальний обсяг вибіркового компонента		60	
Загальний обсяг освітньої програми		240		Загальний обсяг освітньої програми		240	

2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми Маркетинг СВО Магістр

Приск				Нова редакція			
Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	К-сть кред.	Форма підсум. контр.	Код н/д	Компоненти освітньо-професійної програми	К-сть кред.	Форма підсум. контр.
OK 1	Інноваційний розвиток підприємства	3	залік	OK 1	Інноваційний розвиток підприємства	3	залік
OK 2	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік	OK 2	Маркетинговий аналіз	3	екзамен
OK 3	Охорона праці в галузі та цивільний захист	3	екзамен	OK 3	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
OK 4	HR-маркетинг	4,5	екзамен	OK 4	HR-маркетинг	4,5	екзамен
OK 5	Брендинг	4,5	екзамен	OK 5	Брендинг	4,5	екзамен
OK 6	Інтернет-маркетинг	3	залік	OK 6	Інтернет-маркетинг	3	залік
OK 7	Курсова робота «Логістичний менеджмент»	3	диф. залік	OK 7	Курсова робота «Логістичний менеджмент»	3	диф. залік

	маркетинг»				маркетинг»		
ОК 9	Логістичний менеджмент	3	екзамен	ОК 9	Логістичний менеджмент	3	екзамен
ОК 10	Психологія маркетингу та реклами	3	екзамен	ОК 10	Психологія маркетингу та реклами	3	екзамен
ОК 11	Стратегічний маркетинг	4,5	екзамен	ОК 11	Стратегічний маркетинг	3	екзамен
ОК 12	Управління маркетингом в аграрних підприємствах	3	екзамен	ОК 12	Управління маркетингом в аграрних підприємствах	4,5	екзамен
ОК 13	Виробнича практика (стажування з фаху)	6	диф. залік	ОК 13	Виробнича практика (стажування з фаху)	6	диф. залік
ОК 14	Виробнича практика (переддипломна практика)	6	диф. залік	ОК 14	Виробнича практика (переддипломна практика)	6	диф. залік
ОК 15	Захист кваліфікаційної роботи	1,5	захист	ОК 15	Захист кваліфікаційної роботи	1,5	захист
ОК 16	Підготовка кваліфікаційної роботи	12		ОК 16	Підготовка кваліфікаційної роботи	12	
Загальний обсяг обов'язкових компонент		66		Загальний обсяг обов'язкових компонент		66	
Загальний обсяг вибірових компонент		24		Загальний обсяг вибірових компонент		24	
Загальний обсяг ОПП		90		Загальний обсяг ОПП		90	

ВИРІШИЛИ:

1. Схвалити запропоновані редакції до навчальних планів ОПП Маркетинг для 2021 року набору за рівнями Бакалавр і Магістр.
2. Клопотати перед навчальним відділом та директором ННІ ЕУПТ про внесення змін до навчальних планів ОПП Маркетинг 2021 року набору для 2021 року набору за рівнями Бакалавр і Магістр.

Прийнято односторонньо.

Голова засідання

Тетяна ДЯДИК

Секретар

Юлія КАЛЮЖНА

