

## АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ

*за результатами громадського обговорення  
освітньо-професійної програми «Маркетинг» (проект)  
другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 Управління та адміністрування*

№ п/п	Складові освітньої програми	Пропозиції	Стейкхолдери	Результати обговорення	Обґрунтування
1	Структура освітньої програми, ОК8, ОК9	Відповідно до пропозицій адміністрації Університету надати більше часу для досліджень, які необхідні при виробленні практичних пропозицій Кваліфікаційної роботи, пропонується у структурі циклу Професійної та практичної підготовки збільшити кредити для написання Кваліфікаційної роботи, натомість зняти із переліку робіт Міждисциплінарну курсову роботу у другому семестрі	Світлана ХРУПОВИЧ, гарант ОПП	Враховано	Для роботи над випускною Кваліфікаційною роботою, ОК9, студентам пропонується виділити 15 кредитів і на виробничу практику, ОК8, також 15 кредитів, що посилить якість практико-орієнтованого спрямування магістра маркетингу.

2	<p>ОК1           Методологія наукових досліджень ОК9           Кваліфікаційна робота</p>	<p>Запропоновано коригування змістового наповнення ОК 1 «Методологія наукових досліджень» питаннями, що стосуються нормативно-правових змін академічної доброчесності у різних ситуаціях як при написанні письмових робіт, так і при їх публікації у відкритому доступі.</p>	<p>Тетяна БОРИСОВА, д.е.н, проф., завідувач кафедри маркетингу, Голова ГЗС, член науково-методичної комісії (підкомісії) сектору вищої освіти науково-методичної ради МОН 075 «Маркетинг».</p>	<p>Враховано</p>	<p>Відкоригувати структурний перелік тем ОК1, за результатами вивчення яких магістри повинні розуміти порядок публікації у відкритому доступі результатів власних досліджень, а також на належному рівні презентувати ці результати в процесі захисту. Працювати над виробленням рекомендацій із недопустимістю використання як авторського тексту згенерованого за допомогою чат боту із штучним інтелектом ChatGPT</p>
3	<p>СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p>	<p>Пропонується доповнити робочі програми освітніх компонент питаннями маркетингової стратегії під час кризових подій в економіці, що пов'язано із військовим станом. Позаяк, маркетологи повинні враховувати швидкі зміни стратегії, особливо у зовнішній діяльності та нестабільності із постачанням з-за кордону.</p>	<p>Володимир ГРИЖАК, керівник відділу продаж digital - агенції «Star Way»</p>	<p>Враховано</p>	<p>Запропоновано реалізувати цю пропозицію в межах доповнення складових практичного блоку програми ОК4 «Управління маркетингом» та ОК 5 «Стратегічний маркетинг».</p>

4	Каталог вибірових дисциплін, hard skills	З метою посилення професійних якостей здобувачів у сфері міжнародної діяльності, запропоновано додати у перелік вибірових дисциплін ОПП «Маркетинг» ті компоненти, що стосуються міжнародних перевезень товарів і послуг	Назарій ГУМЕНЮК, здобувача програми	Враховано частково	Буде реалізовано при роботі над програмою ВК «Маркетингова логістика». Зокрема, будуть розроблені теми, які стосуються міжнародних перевезень та ризиків, які виникають через блокаду державного кордону та постійний обстріл міжнародних портів у Чорному морі, зокрема, міст Одеса та Миколаїв
5.	СК11. Здатність аналізувати та оцінювати результативність і ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в Інтернеті. ПРН 16. Вміти обирати оптимальні маркетингові рішення, розробляти та впроваджувати маркетингові заходи в Інтернеті, які необхідні ринковим суб'єктам, застосовуючи інноваційні управлінські прийоми, методи, підходи, принципи.	Пропонується звернути увагу при розробці робочих програм дисциплін на те, що фахівець з маркетингу повинен вміти проводити швидкий цифровий аналіз (аналіз у WEB, трафік, видимість, популярність, беклінки).	Микола ЛУЧИК, випускник програми, співзасновника компанії Koala Masters	Враховано	Буде враховано у змінах до змісту робочої програми ОК 7 «Комплексний Інтернет маркетинг». Практичні заняття з цієї дисципліни будуть спрямовані на вироблення аналітичних фахових компетентностей у WEB маркетингу.