**Рекомендації для ПРОЄКТУ ОПП МАРКЕТИНГ першого (бакалаврського) рівня вищої освіти на 2025-2026 н.р.**

Новина про Круглий стіл (27 лист. 2024 р.) - <https://cutt.ly/weCT1HsA>

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ковальчук Світлана Володимирівна,**  д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу та менеджменту, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут. Віце-президент ГО «Українська асоціація маркетингу», Керуючий директор Хмельницького відокремленого підрозділу ГО «Українська Асоціація Маркетингу» | - переглянути мету ОПП у контексті першого (бакалаврського) рівня вищої освіти щодо використання «які володіють фундаментальними теоретичними знаннями», що корелює з третім рівнем вищої освіти, та щодо «для ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних форм власності», що корелює з другим рівнем вищої освіти | Враховано |
| - перейменувати ОК «Бренд-менеджмент» на «Брендинг» з огляду на те, що «Бренд-менеджмент» – це рівень другого (магістерського) рівня вищої освіти | Враховано |
| - перейменувати ОК «Основи маркетингу» на «Маркетинг» та розглянути варіант збільшення цієї дисципліни за кредитами та за збільшенням тривалості викладання, тобто більше, ніж один семестр | Враховано |
| - перейменувати ОК «Управління рекламною діяльністю» на ОК «Рекламна діяльність» | Враховано |
| - переглянути релевантність викладання ОК «Стратегічний маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти | Враховано |
| - переглянути почерговість викладання ОК «Економіка підприємства», яка наразі за Проєктом викладається після ОК «Основи маркетингу» та ОК «Менеджмент» | Враховано |
| - переглянути почерговість викладання ОК «Маркетингові дослідження», яку рекомендовано викладати разом чи відразу після ОК «Основи маркетингу», але перед ОК «Маркетингова товарна політика» | Враховано |
| - переглянути список рекомендованих тем для кваліфікаційної роботи у контексті саме першого (бакалаврського) рівня вищої освіти | Враховано |
| **Жуков Святослав Августович,**  д.е.н., проф., професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту, Ужгородський національний університет, гарант ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, Голова Закарпатської обласної організації ГО «Українська Асоціація Маркетингу» | - звернути увагу на опис особливостей програми у практичному контексті (врахувати 4 практики, передбачені програмою) | Враховано |
| - розглянути пропозицію щодо перейменування ОК «Основи маркетингу» на ОК «Маркетинг» та збільшення цієї дисципліни за кредитами (у порівнянні з ОК «Менеджмент», де поточно передбачено 5 кредитів) | Враховано |
| - переглянути почерговість викладання ОК «Основи маркетингу» (2 семестр) та ОК «Економіка підприємства» (3 семестр) у контексті пререквізитів | Враховано |
| - переглянути почерговість викладання ОК «Економічна теорія та основи функціонування підприємства» (2 семестр) та ОК «Основи маркетингу» (2 семестр) у контексті пререквізитів | Враховано |
| - розглянути пропозицію щодо зменшення за кредитами ОК «Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності» та переглянути доцільність її викладання протягом двох семестрів | Враховано |
| **Лиса Світлана Сергіївна,**  к.е.н., доц. кафедри менеджменту і маркетингу Київського національного лінгвістичного університету, гарант ОПП «Маркетинг і реклама» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти | 1. Збільшення уваги до дисципліни "Основи маркетингу" Пропоную збільшити обсяг дисципліни "Основи маркетингу" | Враховано |
| 2. Пропоную уніфікувати обсяги всіх дисциплін до кратності 3 кредитам ECTS (наприклад, 3, 6, 9) | Не враховано, що пов’язано із особливостями навчання в університеті (за вибірковими та дисциплінами загальної підготовки) |
| 3.Вважаю недоречним одночасне викладання дисциплін "Маркетингова політика розподілу" та «Логістика» в одному семестрі | Враховано |
| **Юрківська Людмила Йосипівна,**  начальник відділу маркетингу і реклами АТ «Житомирський маслозавод» (компанія «Рудь») | Підкреслила важливість дисципліни, пов’язаної із брендами (Бренд-менеджмент). Рекомендує розширити перелік тем для кваліфікаційних робіт, пов’язаних саме із особливостями створення, просування та управління брендами | Враховано |
| **Дідковська Олександра Володимирівна**,  директорка маркетингової агенції ТОВ «ФЛОУ КОМЬЮНІКЕЙШН» | В курс бренд-менеджмент додати неймінг, айдентику, архітектуру бренду та особливості використання інструменту Brand Health Tracking.  Окремо дуже важливо навчити студентів виявляти стадії розвитку ринку (товарів чи послуг) для виявлення загальних трендів | Враховано |
| **Козлов Сергій Володимирович,** керівник рекламного агентства ТОВ «ДОРІС АДВЕРТАЙЗИНГ» | Пропозиція щодо розширення вивчення питань, пов’язаних із цифровим маркетингом | Враховано |
| **Гарант ОПП Маркетинг**  **Завалій Тетяна Олександрівна** | Пропоную:  1) В ОК «Організація підприємницької діяльності» виокремити окрему тему «Принципи етичного маркетингу для бізнес-практики» | Враховано |
| 2) Для посилення врахування тенденцій цифровізації у маркетингу в ОК «Бренд-менеджмент» виокремити тему «Цифровий брендинг» | Враховано |
| 3) Для посилення врахування тенденцій цифровізації у маркетингу в ОК, які охоплюють концепцію маркетингу 4P виокремити теми, пов’язані з особливостями їх організації у цифровому просторі:  - «Маркетингова товарна політика» – тема «Цифрові товари та послуги»;  - «Маркетингова цінова політика» – тема «Особливості маркетингової цінової політики у цифровому просторі»;  - «Маркетингова політика розподілу» – тема «Еволюція маркетингової політики розподілу у контексті цифрових трансформацій»  - «Маркетингові комунікації» – тема «Еволюція комунікативних практик у контексті цифрових трансформацій» | Враховано |