

Підсумки громадського обговорення освітньої програми «Маркетинг»

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Галузь знань *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність *075 «Маркетинг»*

Терміни громадського обговорення **ОП 17.02.2022-17.03.2022 рр.**

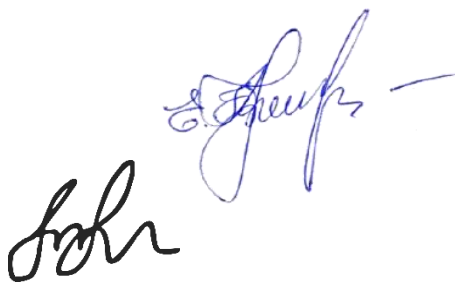
ПІБ стейкхолдера та посада	Пропозиція під час обговорення	Результат
<p><i>Президент Української Асоціації Маркетингу, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка КНЕУ Лилик Ірина Вікторівна</i></p>	<p>Щодо покращення освітньої програми Ірина Вікторівна запропонувала посилити ОП в частині викладання окремих дисциплін (модулів освітніх компонентів) англійською мовою та розширити зміст ОК в частині вивчення аналітичних інструментів Google.</p>	<p><i>Враховано</i> До каталогу освітніх компонентів ОПП «Маркетинг» включено професійно-орієнтовані дисципліни з фокусом на маркетингову аналітику та цифровий маркетинг, а саме: ОК-24 «Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності», ОК-34 «Бізнес-аналітика» та ОК-32 «Інтернет-маркетинг»</p>
<p><i>Завідувач кафедри маркетингу Одеського національного політехнічного університету, д.е.н., професор Окландер Михайло Анатолійович</i></p>	<p>Михаїл Анатолійович запропонував внести до основних освітніх компонентів дисципліну «Логістика», вивчення якої формує у здобувачів освіти вміння знаходити оптимальні варіанти прийняття рішень щодо управління матеріальними потоками, пов'язаною інформацією та фінансами в ланцюгах постачання, що є дуже важливим в сучасних умовах.</p>	<p><i>Враховано</i> До навчального плану підготовки бакалаврів внесено ОК-33 «Логістика»</p>

ШБ стейкголдера та посада	Пропозиція під час обговорення	Результат
<p>Маркетолог ТОВ «АвтоВінн», партнер кафедри маркетингу Анна Кірякова</p>	<p>Пані Анно акцентувала увагу на важливості для маркетолога володіння практичними навичками підготовки маркетингової документації, планів маркетингу, мати навички роботи в Digital-інструментами, вміння аналізувати дані, працювати в команді, мати просунутий рівень володіння англійською мовою тощо.</p>	<p>Враховано До навчального плану підготовки бакалаврів внесено ОК-22 «Планування маркетингової діяльності», ОК-24 «Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності», ОК-34 «Бізнес-аналітика». Крім того, передбачено окремі модулі освітніх компонентів викладати англійською мовою.</p>
<p>Керівник Premier Google Partner агентства Penguin-team, випускник спеціальності Маркетинг 2013 року Микола Скоропадський</p>	<p>Микола зауважив, що здобувачам необхідно посилити знання та отримати практичні навички в програмах, які дозволяють аналізувати, сегментувати дані, робити прогнози (Excel, Google Analytics, Project Expert та ін.), посилити бізнес-англійську, менеджмент, тайм менеджмент.</p>	<p>Враховано При розробці силябусу освітньої компоненти «Іноземна мова» включити теми з супроводження бізнесу, термінології із Digital-маркетингу. В ОК «Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності» включити теми з дизайну в роботі над цифровими продуктами та використання програм аналізу бази даних. До каталогу освітніх компонентів ОПП «Маркетинг» включено професійно-орієнтовану дисципліну «Маркетинг особистості» з метою формування обізнаності з методами міжособистісних комунікацій, ефективними прийомами досягнення успіху та управління часом, створення власного бренду.</p>

ШБ стейкголдера та посада	Пропозиція під час обговорення	Результат
<p>Випускниця ОП «Маркетинг» 2019 року (бакалаврат), 2020 р. (магістратура) Софія Янчук</p>	<p>Софія зазначила, що сучасному спеціалісту–маркетологу потрібно знати поведінкову психологію, що сприятиме кращому розумінні мотивів покупця, застосуванню інструментів впливу на поведінку споживача.</p>	<p>Враховано До навчального плану підготовки бакалаврів внесено ОК-8 «Поведінкова психологія» для формування у здобувачів вищої освіти уявлень про поведінку людини як одну із засадничих психологічних категорій.</p>

Завідувач кафедри маркетингу

Секретар



Олена БОЄНКО

Катерина СМІРНОВА