

Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет імені Василя Стуса
Економічний факультет

ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ

10 квітня 2025 р. № 14

м. Вінниця

Засідання кафедри маркетингу
та бізнес-аналітики

Голова — Олена БОЄНКО

Секретар — Ольга ПІЗЮК

Всього членів кафедр 10

Присутні 10

Відсутні 0

Порядок денний:

2. Про результати моніторингу та обговорення освітньої програми «Маркетинг», СО «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» зі стейкхолдерами: представниками академічної спільноти, професійних організацій, роботодавцями, випускниками та здобувачами вищої освіти.

ПРИСУТНІ: к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, гарант ОП «Маркетинг СО «Магістр» Боєнко О.Ю.; к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Буга Н.Ю.; к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, член проєктної групи ОП «Маркетинг» Таранич А.В.; д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, член проєктної групи Сегеда С.А.; к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики, гарант ОП «Маркетинг СО «Бакалавр» Янчук Т.В.; к.т.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Гевлич І.Г.; к.пед.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Поповський Ю.Б.; к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Сивицька І.Г.; к.пед.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Фурман Т.Ю.; лаборант кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Пізюк О.О.

ЗАПРОШЕНІ: Біловодська О.А., д.е.н., професорка, професорка кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка; Мальчик М.В., завідувачка кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування,

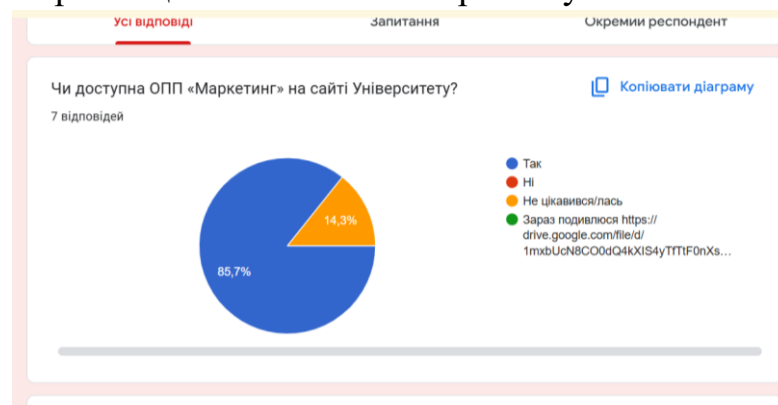
докторка економічних наук, професорка; Ромат Є.В., доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Голова спілки рекламістів України; Перемозова І.В., завідувачка кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, докторка економічних наук, професорка, Голова Івано-Франківського регіонального осередку ВГО «Українська Асоціація Маркетингу»; Фаринюк Н.В. директор відділу маркетингу ТОВ «КОМПАНІЯ МАКОШ»; Валько В.М. здобувачка вищої освіти 1 курсу ОС «Магістр» денної форми навчання спеціальності «075 Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг».

СЛУХАЛИ: 2. Про результати моніторингу освітньо-професійної програми «Маркетинг», СО «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» зі стейкхолдерами: представниками академічної спільноти, професійних організацій, роботодавцями, випускниками та здобувачами вищої освіти.

ВИСТУПИЛИ:

Гарантка освітньої програми «Маркетинг» другого рівня вищої освіти (магістр), к.е.н., доцент, завідувачка кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Боєнко Олена Юрійівна, яка зосередила увагу присутніх на тому, що ОПП «Маркетинг» другого рівня вищої освіти розроблено згідно з «Положенням про освітні програми», вимогами Стандарту ВО зі спеціальності 075 «Маркетинг», враховує результати аналізу ринку освітніх послуг провідних ЗВО України та зарубіжжя. Останню редакція ОПП «Маркетинг» було оновлено та введено в дію Вченою радою Університету 28.06.2024 року.

За результатами опитування здобувачів [Опитування здобувачів ОПП "Магістр"](#) було визначено, що здобувачі мають можливість та ознайомлені з ОПП «Маркетинг», яка розміщена на сайті Університету:

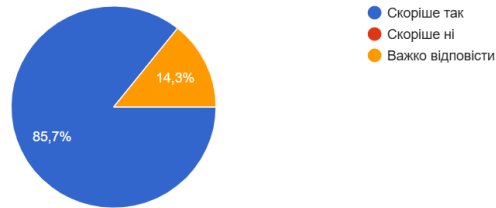


На запитання: «Чи відповідає, на Вашу думку, ОПП "Маркетинг" сучасним трендам галузі та запитам ринку праці?» 86 % здобувачів відповіли позитивно:

Чи відповідає, на Вашу думку, ОПП "Маркетинг" сучасним трендам галузі та запитам ринку праці?

[Копіювати діаграму](#)

7 відповідей

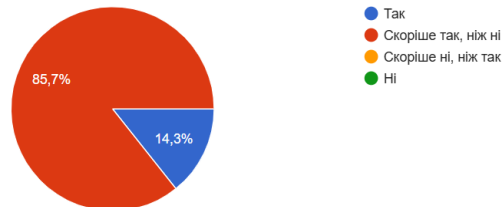


На запитання: «Чи в повній мірі освітні компоненти ОПП «Маркетинг» відповідають Вашим професійним інтересам?» ми отримали досить позитивні відповіді:

Чи в повній мірі освітні компоненти ОПП «Маркетинг» відповідають Вашим професійним інтересам?

[Копіювати діаграму](#)

7 відповідей



Чи забезпечує ОПП «Маркетинг» можливості розвитку Вашої індивідуальної освітньої траєкторії?

Чи забезпечує ОПП «Маркетинг»

можливості розвитку Вашої індивідуальної освітньої траєкторії?

[Копіювати діаграму](#)

7 відповідей

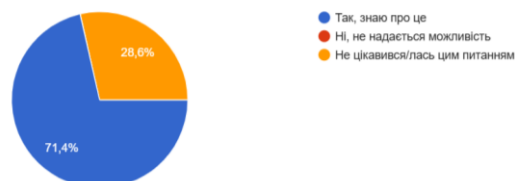


Чи забезпечується за ОПП можливість участі у програмах академічної мобільності, відповіді отримали наступні:

Чи забезпечується за ОПП "Маркетинг" можливість участі в академічній мобільності?

[Копіювати діаграму](#)

7 відповідей

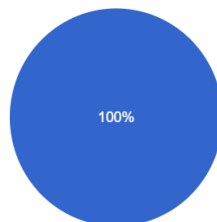


Чи достатньо Вам часу для виконання самостійних робіт та підготовки до практичних/лабораторних занять?

Чи достатньо Вам часу для виконання самостійних робіт та підготовки до практичних/лабораторних занять?

 [Копіювати діаграму](#)

7 відповідей



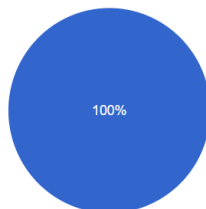
- В цілому, так
- Ні
- Часу більше, ніж потрібно

Чи задоволені Ви рівнем викладання дисциплін за ОПП "Маркетинг"

Чи задоволені Ви рівнем викладання дисциплін за ОПП "Маркетинг"

 [Копіювати діаграму](#)

7 відповідей



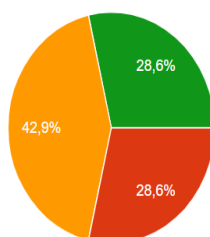
- Так
- Ні
- Частково

Досить цікаві для аналізу є відповіді здобувачів щодо організації позанавчального дозвілля:

Чи задоволені Ви організацією позанавчального дозвілля?

 [Копіювати діаграму](#)

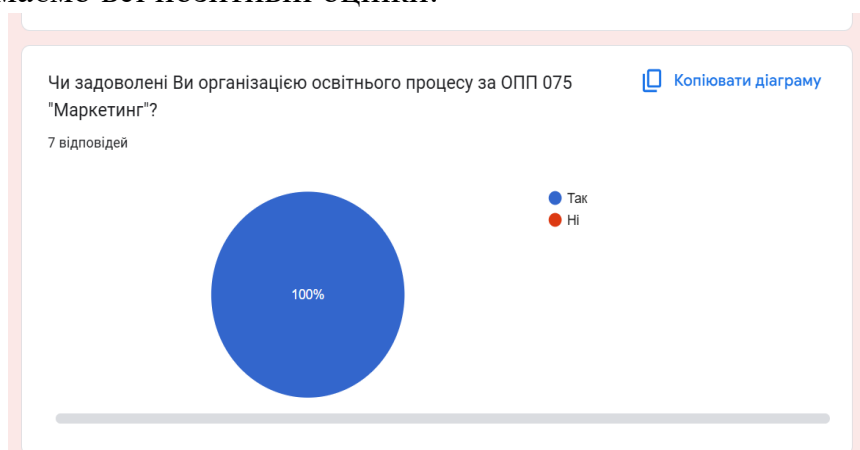
7 відповідей



- Так, завжди приймаю участь у різних заходах
- Скоріше так
- Ні, мене не цікавлять позанавчальні заходи
- Важко відповісти

Майже 43 % здобувачів відповіли, що їх не цікавить позанавчальне дозвілля, і майже 29 % зазначили, що їм важко відповісти, що, по суті, теж можна розцінювати як «незацікавленість» такими заходами. Якщо взяти до уваги, що жоден здобувач не приймає участі в таких заходах (0 %), то можна зробити висновок, що магістри – це здобувачі, які в більшості вже працюють (по факту, так і є), що унеможлиблює їхню участь у таких заходах.

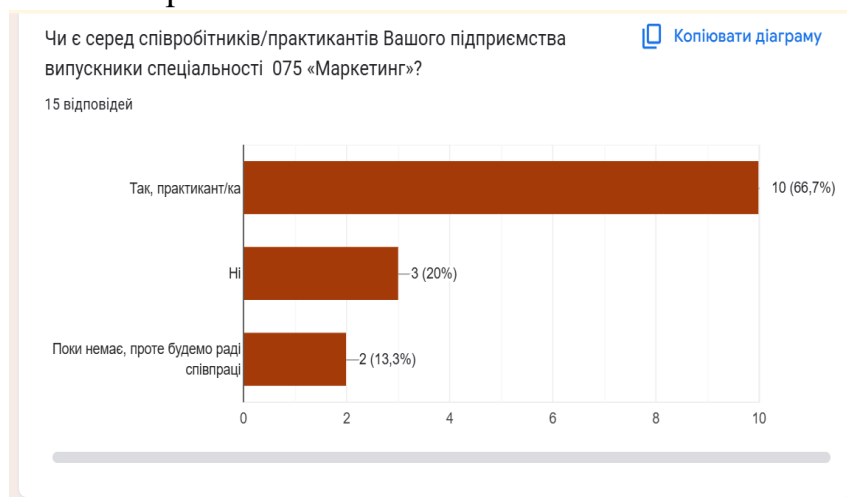
Відповіді за запитання щодо задоволеністю організацією освітнього процесу, то маємо всі позитивні оцінки:



Отже, результати опитування свідчать про високий рівень задоволеності здобувачів освітніми компонентами, рівнем викладання, організацією навчального процесу тощо.

За результатами опитування роботодавців та практиків [Опитування роботодавців та практиків](#) було визначено:

Чи є серед співробітників/практикантів Вашого підприємства випускники спеціальності 075 «Маркетинг»?



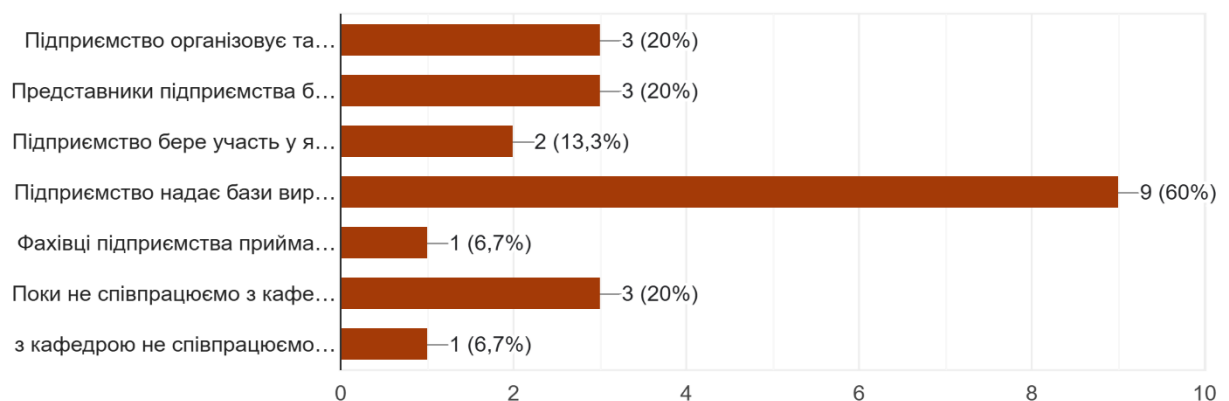
Чи проходили взагалі здобувачі вищої освіти освітньо-професійної програми «Маркетинг» практичну підготовку на Вашому підприємстві?, 12 з 15-ти відповіли, що так. Трьох, що ні, але вони були б не проти взяти практикантів у майбутньому, що є позитивним моментом.



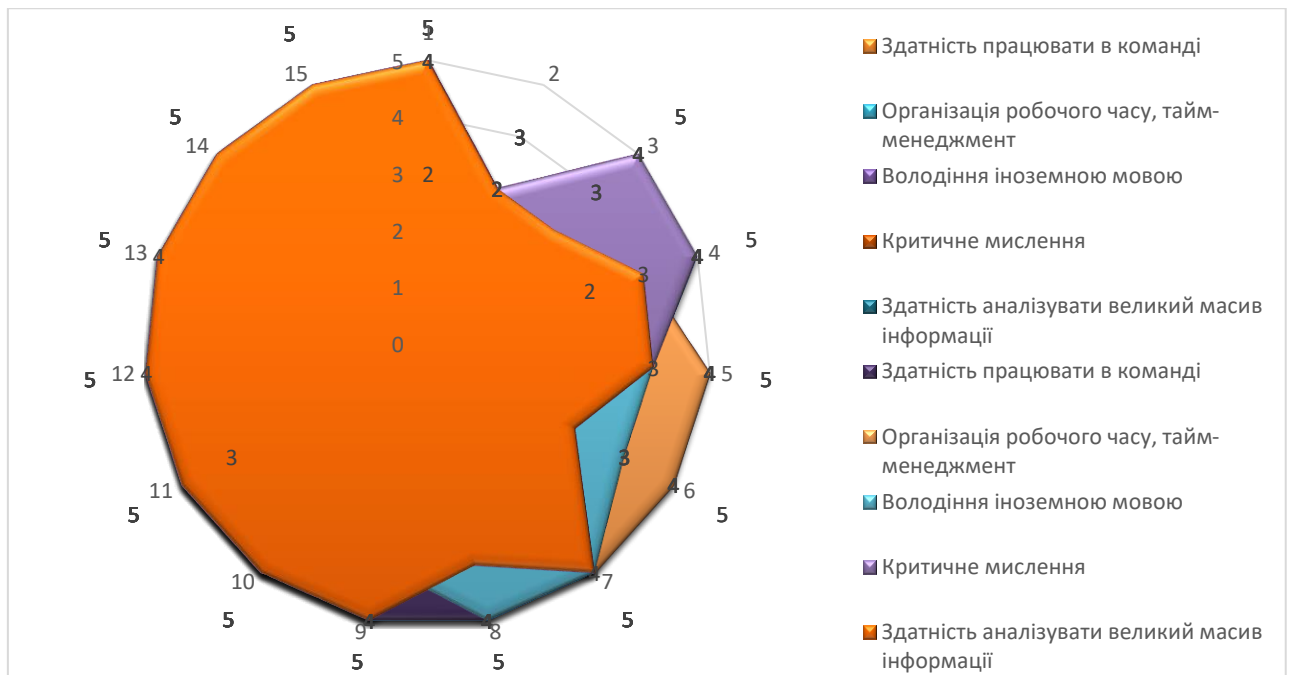
Яким чином Ви співпрацюєте з кафедрою маркетингу та бізнес-аналітики ДонНУ імені Василя Стуса? (можливо декілька відповідей):

Яким чином Ви співпрацюєте з кафедрою маркетингу та бізнес-аналітики ДонНУ імені Василя Стуса? (можливо декілька відповідей):

15 відповідей



Які з наведених нижче складових, на Вашу думку, мають найбільший вплив на ефективність професійної діяльності фахівця-маркетолога та його подальше кар'єрне зростання? (Оцініть за п'ятибальною шкалою). Дуже цікавим є той факт, що 100 % респондентів поставили максимальний бал «здатності аналізувати великий масив інформації».



Якими освітніми компонентами, на Вашу думку, слід доповнити ОПП "Маркетинг" для посилення конкурентних переваг фахівця на ринку праці?

Більше практики та постійне оновлення інформації, так як ринок не стабільний

Цифровий маркетинг та аналітика: знання SEO, SMM, PPC та аналітики даних.
Брендинг: управління брендом, позиціонування і диференціація.
Дослідження ринку та споживачів: аналіз попиту та конкурентів.
Креативний маркетинг: створення контенту для залучення клієнтів.
Управління проектами: планування і координація маркетингових кампаній.
Інноваційні технології: використання AI та автоматизації у маркетингу.

Всім задоволений

нейромаркетинг, Influencer Marketing,

Позитивним моментом таких відповідей є той факт, що більшість зазначених дисциплін, які перелічені практиками, наявні в оновленій ОПП «Маркетинг» СО «Бакалавр», а саме: Цифровий маркетинг, брендинг, креативний маркетинг, CRM-системи в маркетингу тощо.

Звісно, що ШІ сьогодні є невід'ємною складовою багатьох процесів, тому потрібно оновлювати саме змістовне наповнення ОК та додавати теми, пов'язані з використанням AI.

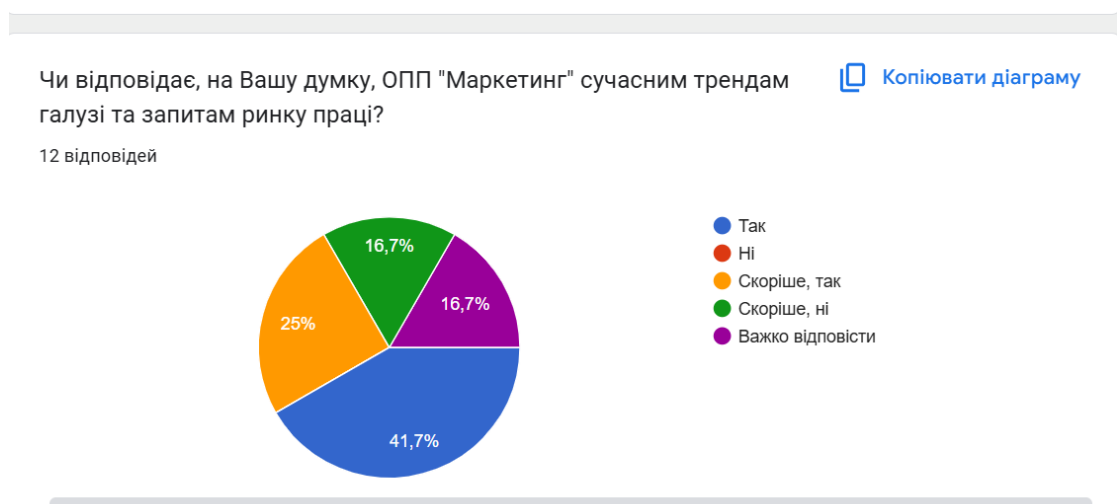
На питання, «Чи вважаєте Ви, що ОПП "Маркетинг" відповідає сучасним трендам галузі?», отримали наступні відповіді:



За результатами опитування більшість роботодавців та практиків висловили позитивне ставлення до співпраці з випускниками ОП «Маркетинг». За їх відгуками, підприємство виявило зацікавленість у співпраці з випускниками, які мають професійну підготовку в галузі маркетингу. Більшість респондентів також позитивно оцінили рівень підготовки здобувачів, зазначивши, що вони мають достатні знання та навички для успішної професійної діяльності в цій галузі.

Таким чином, за результатами опитування здобувачів та роботодавців, а також практиків, можемо говорити про актуальність ОПП «Маркетинг» СО «Магістр» та досить високий рівень задоволеності під час навчання.

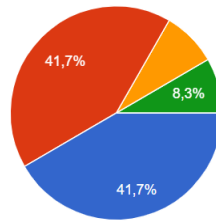
Щодо опитування випускників. Результати, наведені нижче, також свідчать про позитивну оцінку ОПП «Маркетинг».



Чи достатній, на Вашу думку, перелік освітніх компонент ОПП для успішної роботи за фахом?

[Копіювати діаграму](#)

12 відповідей

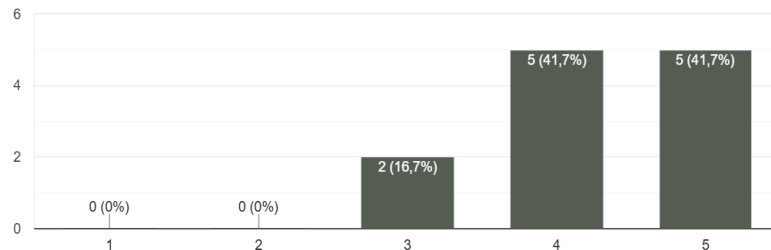


- Цілком достатній
- Скоріше, так
- Ні, вважаю, що недостатній
- Будь яка робота специфічна і ти завжди вчишся майже з повного нуля

Оцініть, будь ласка, наскільки Ви задоволені навчанням, організацією освітнього процесу та отриманими знаннями? (1- не задоволений; 5 - дуже задоволений)

[Копіювати діаграму](#)

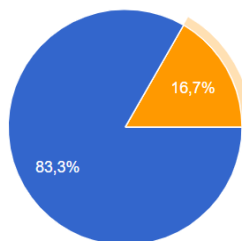
12 відповідей



Чи задоволені Ви були рівнем викладання дисциплін за ОПП "Маркетинг"

[Копіювати діаграму](#)

12 відповідей



- Так
- Ні
- Частково

Таким чином, Олена Юріївна підсумувала, що на основі аналізу анкет можна зробити висновок про високу оцінку стейхолдерів щодо ОПП «Маркетинг», СО «Магістр», про її актуальність та відповідність трендам галузі.

2. Завідувачка кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування, докторка економічних наук, професорка Мальчик Мар'яна Василівно зазначила, що ОПП «Маркетинг» рівня

«Магістр» – це сучасний та прогресивний підхід до підготовки висококваліфікованих фахівців, що повністю відповідає актуальним тенденціям розвитку галузі. Вона побудована на основі компетентнісного підходу, що дозволяє здобувачам не лише отримати теоретичні знання, але й набути практичних навичок, необхідних для успішної кар'єри в сучасному маркетинговому середовищі.

Програма вирізняється гнучкістю та адаптивністю, надаючи можливість кожному студенту формувати індивідуальну освітню траєкторію, обираючи дисципліни, що відповідають його інтересам та кар'єрним цілям. Це, в свою чергу, сприяє розвитку самостійності та відповідальності у студентів.

Враховуючи стрімку диджиталізацію економічних процесів та розвиток інтернет-маркетингу, програма акцентує увагу на опануванні сучасних інструментів та компетенцій, таких як «Аналіз даних та моделювання», «Управління проєктами», «Маркетинг інновацій» тощо. Це дозволяє здобувачам бути на крок попереду та успішно конкурувати на ринку праці.

3. Професорка кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування Київського національного університету імені Тараса Шевченка, докторка економічних наук, професорка Біловодська Олена Анатоліївна зазначила, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» рівня «Магістр» – це не просто теоретична підготовка, а потужний інструмент для формування практичних навичок, необхідних для успішної кар'єри, а також орієнтована на розв'язання реальних бізнес-завдань та підготовку фахівців, здатних ефективно діяти в умовах невизначеності.

Такі освітні компоненти, як «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент» та «Маркетинг інновацій», дозволяють студентам опанувати інструменти, які вони зможуть застосувати на практиці для досягнення конкретних бізнес-цілей.

4. Здобувачка вищої освіти I курсу ОС «Магістр» денної форми навчання спеціальності «075 Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» Валько Вікторії Миколаївни, яка підтвердила думку шановних професорів і зазначила, що програма забезпечує якісні теоретичні знання та практичні навички через аналіз сучасних кейсів та використання інструментів аналізу та моделювання. Вона відзначила, що навчання в магістратурі сприяє розвитку її творчого та наукового потенціалу через участь у професійних та наукових заходах. Вікторія впевнена, що ті знання, які вона зараз отримує, вже сьогодні дозволяють їй ефективно працювати в сфері маркетингу та будувати свою кар'єру.

Підсумовуючи вищесказане, Гарантка ОПП «Маркетинг» освітнього рівня «Магістр», завідувачка кафедри маркетингу та бізнес-аналітики Олена Юріївна Боєнко зауважила, що згідно Постанови КМУ від 30 серпня 2024 р № 1021 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» [Постанова КМУ](#), яка

набрала чинності 1 листопада 2024 року, галузь знань 07 «Управління та адміністрування» переходить в галузь D «Бізнес, адміністрування та право», а спеціальність 075 «Маркетинг» має новий шифр D 5 «Маркетинг».

Таким чином, Олена Юріївна запропонувала внести технічні зміни в діючу ОПП «Маркетинг» 2024 року в частині зміни назви галузі та шифру спеціальності.

Наприкінці Олена Юріївна подякувала всім учасникам за надану високу оцінку ОПП «Маркетинг» СО «Магістр», за фахове обговорення та приділений час.

УХВАЛИЛИ:

1. За результатами проведеного моніторингу ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» вважати такою, що відповідає Стандарту вищої освіти, локальним нормативним актам, розвитку галузі і спеціальності та запитам ринку праці.

Внести до ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» технічні зміни, які перелічено нижче, та подати ОПП «Маркетинг», СО Магістр_2024 року для затвердження в редакції 2025 року:

- згідно Постанови Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2024 р. № 1021 галузь знань 07 «Управління та адміністрування» змінити на галузь D «Бізнес, адміністрування та право»;
- спеціальність 075 «Маркетинг» змінити на новий шифр D 5 «Маркетинг».

2. Посилити освітні компоненти за рахунок внесення тем, які пов'язані з використанням AI та автоматизацією в маркетингу.

Результати голосування:

За: 9

Проти: 0

Утрималися: 0

Не голосували: 1 (лаборант Ольга ПІЗЮК)

Рішення прийнято одноголосно.

Завідувач кафедри

Олена БОЄНКО

Секретар

Ольга ПІЗЮК