

Інформація про результати обговорення освітньої програми
«Маркетинг»
другого(магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

№ з/п	Зміст пропозиції, зауваження, рекомендації та їх обґрунтування від представників заінтересованих сторін (зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів)	Відмітка: враховано, враховано частково (у розділі, пункті документа), або відхилено	Ініціатор внесення пропозиції (роботодавець, здобувач, випускник, представник академічної спільноти та інші)	Прізвище, ім'я, по батькові	Місце роботи/ навчання, посада	Форма надання пропозиції
1	Основні характерні риси проекту вдосконаленої структури ОПП та навчальних планів на її основі	враховано	Система забезпечення якості вищої освіти та освітньої діяльності (система внутрішнього забезпечення якості)	Голова НМР НАУ Полухін А.В.,	НАУ, проректор з навчальної роботи	Рішення Науково-методичної ради НАУ, протокол №1 від 16.01.2024
2	Зміна редакції п. 1.4. «Тип диплому та обсяг освітньо-професійної програми»	Враховано р.1.1.4	Гарант ОП	Борисенко О.С.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024

3	Зміна редакції п.1.8 «Передумови»	Враховано р. 1.1.8	Гарант ОП	Борисенко О.С.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
4	Зміна редакції п. 3.1. «Предметна область (Об'єкт діяльності, теоретичний зміст)»	Враховано р. 1.3.1	Гарант ОП	Борисенко О.С.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
5	Зміна редакції п. 5.2. «Оцінювання»	Враховано р.1.5.2	Гарант ОП	Борисенко О.С.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
6	Зміна семестру викладання ОК «Стандарти забезпечення маркетингової діяльності» для більш ефективного забезпеченням логічної послідовності вивчення компонент ОП	Враховано р.2	Член робочої групи ОП	Шевченко А.В.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
7	Зміна фахової компетентності ФК10 у зв'язку з вилученням ЗК9 для забезпечення повної відповідності стандарту за спеціальністю 075 «Маркетинг» та спрямуванням її до фаховості за спеціальністю	Враховано р. 1.6.3., 4, 5	Роботодавець	Слободяник А.М.	головний спеціаліст Департамент у сфери публічних закупівель та конкурентної політики Міністерства економіки України	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
8	Посилення ОК «Методологія прикладних досліджень у сфері маркетингу» за рахунок збільшення обсягу кредитів ЄКТС, що посилить знання з концептуальних основ методології прикладних досліджень у	Враховано р.2	Член робочої групи ОП	Князєва Т.В.	НАУ, професор	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024

	маркетингу та вміння застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу шляхом використання сучасних методів та технологій					
9	Зміна форми контролю в ОК «Маркетинг кроскультурного середовища»	Враховано р.2	Гарант ОП	Борисенко О.С.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
10	Включення ОК «Інтегрований digital-маркетинг», що забезпечить здобувачам здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах діджиталізації, використовувати інноваційні методи та інструментарій цифрових технологій маркетингу	Враховано р. 1.6.3., 1.6.5., 2, 4, 5	Роботодавець Здобувач	Жолобецький А. Філіппова Т.	заступник директора з питань маркетингу ТОВ «Старк Індастрі» НАУ, здобувач ВО	Рецензія Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
11	Включення до переліку фахових компетентностей ФК14 «Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах діджиталізації, використовувати інноваційні методи та інструментарій цифрових технологій маркетингу; розробляти рекомендації щодо залучення, утримання та збільшення клієнтів та підтримки зростання бізнесу в традиційному та цифровому середовищі»	Враховано р. 1.6.3., 4	Роботодавець	Жолобецький А.	заступник директора з питань маркетингу ТОВ «Старк Індастрі»	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
12	Корегування ПРН 18 у наступній редакції «Застосовувати стратегії продажів в діяльності компанії, клієнтський аналіз для постановки завдань, розробляти та реалізовувати програми лояльності, розбудовувати традиційні та електронні моделі продажів компанії та використовувати різноманітні методи та цифрові	Враховано р. 1.6.4., 5	Роботодавець	Жолобецький А.	заступник директора з питань маркетингу ТОВ «Старк Індастрі»	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024

	технології для збільшення обсягу продажів компанії як на традиційному так і електронному ринку»					
13	Зменшення загального обсягу кредитів ЄКТС з ОК «Авіаційний маркетинг у глобальному ринковому середовищі», але при цьому збільшення аудиторного навантаження, що посилить практичну підготовку фахівця щодо конкретних методів використання маркетингової концепції в практиці господарської діяльності авіатранспортних компаній в умовах турбулентності глобального ринкового середовища	Враховано р.2	Роботодавець	Семенченко В.	Директор ТОВ «Міжнародний аеропорт «Одеса»»	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
14	Посилення ОК «Маркетинговий менеджмент», що дозволить поглибити знання та уміння здобувачів ВО щодо сучасного управлінського мислення та системи спеціальних знань у галузях менеджменту й маркетингу	Враховано р.2	Гарант ОП Здобувач ВО	Борисенко О.С. Лісова К.	НАУ, доцент НАУ, Здобувач ВО	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
15	Посилення ОК «Управління конкурентоспроможністю об'єктів», що дозволить поглибити знання та уміння у здобувачів вищої освіти щодо забезпечення конкурентоспроможності сучасних вітчизняних ринкових об'єктів, визначати й оцінювати показники і фактори конкурентоспроможності об'єктів різних типів, розробляти програми її підвищення, сформулювати навички аналізу форм і методів конкуренції в трансформаційний період, обирати оптимальні стратегії українських ринкових об'єктів в т.ч. на ринку авіаційних послуг	Враховано р.2	Член робочої групи ОП	Смерічевський С.Ф.	НАУ, професор	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
16	Зменшення загального обсягу кредитів ЄКТС з ОК «Оцінка маркетингових інновацій і ризиків», але при цьому збільшення аудиторного навантаження, що посилить практичну підготовку фахівця щодо здатності застосування інноваційних методів	Враховано р.2	Член робочої групи ОП	Шевченко А.В.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024

	прийняття управлінських рішень в маркетингу та навичок їх використання в умовах невизначеності, ризикованості та подолання конфліктів, зокрема розробки маркетингових інновацій та інноваційних маркетингових проектів					
17	Посилення ОК «Професійно-маркетингова практика» за рахунок збільшення обсягу кредитів ЄКТС, що дозволить закріпити та поглибити практичні навички в галузі маркетингу на національному та міжнародному ринках для виконання кваліфікаційної магістерської роботи	Враховано р.2	Роботодавець Здобувач ВО	Заводовський С. Береговенко Я.	голова ради роботодавців ФЕБА, Chief Marketing Officer (CMO) Hype Software Studio Limited, PLC НАУ, здобувач ВО	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
18	Зміна п. 2 «Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність» відповідно до запропонованих рекомендацій щодо кількості кредитів, форм контролю та семестру викладання ОК та зміна структурно-логічної схеми ОПП відповідно до раціонального забезпечення логічної послідовності вивчення компонент освітньої програми	Враховано р.2	Гарант ОП	Борисенко О.С.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024
19	Вилучення ОК «Кваліфікаційний екзамен» для забезпечення повної відповідності стандарту, шляхом встановлення атестації здобувачів вищої освіти ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем у НАУ лише у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи	Враховано р.3, 4, 5	Гарант ОП	Борисенко О.С.	НАУ, доцент	Протокол засідання кафедри маркетингу №9 від 08.04.2024

Гарант освітньої програми



Олена БОРИСЕНКО