

Інформація про результати обговорення освітньої програми

«Електронний маркетинг»

першого (бакалаврського) 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	Замінити ОК «Фаховий тренінг з електронного маркетингу» на ОК «Фаховий тренінг з маркетингу» в рамках діючої редакції ОПП «Електронний маркетинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та у навчальні та робочі навчальні плани за усіма формами навчання у відповідності до компетентностей спеціальності «Маркетинг»	Враховано у розділі 2, пункти 2.1 та 2.2	Гарант ОПП	Ярмолюк Олексій Ярославович	Доцент кафедри маркетингу	За рекомендацією галузевої експертної ради під час проходження акредитації
2	Зміни до ОК 25: замість навчальної дисципліни «Логістика та управління ланцюгами постачань» ввести навчальну дисципліну «Менеджмент» (без зміни обсягу освітніх компонентів у кредитах ЄКТС, форми підсумкового контролю, семестру, в якому реалізується освітній	Враховано у розділі 2, пункти 2.1 та 2.2	представник академічної спільноти	Борисенко Олена Сергіївна	Доцент кафедри маркетингу	Протокол кафедри № 3 від 2.02.2024 р.

	компонент, обсягу роботи студентів та розподілу годин за курсами і семестрами) та закріпити викладання навчальної дисципліни за кафедрою 75, у зв'язку з необхідністю підготовки здобувачів до єдиного фахового вступного випробування, частина питань у якому відноситься до галузі знань «Управління та адміністрування», а саме дисципліни «Менеджмент»					
3	Зміни до пункту 2.4. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми шляхом додавання зв'язків ОК25 з ОК22, ОК23, ОК39 враховуючи вплив сучасних інновацій на процеси прийняття рішень маркетологами та додавання зв'язків ОК40 з ОК10, ОК11, ОК12, ОК15, ОК15.1, ОК38, ОК41 враховуючи здобуття теоретичних та практичних знань, умінь і навичок для майбутньої практичної діяльності в галузі маркетингу та поглибленої систематизації знань здобувачів шляхом обґрунтування на конкретних практичних прикладах ролі фахівців з маркетингу.	Враховано у розділі 2. пункт 2.4	представник академічної спільноти	Радченко Ганна Анатоліївна	Доцент кафедри маркетингу	Протокол кафедри № 3 від 2.02.2024 р.
4	Зміни до таблиці 4. «Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми» за рахунок розширення відповідності ОК 25 «Менеджмент» фаховій компетентності ФК 18 в редакції, яка враховує здатність використовувати інструментарій для обґрунтування рішень щодо функціонування та ефективного управління підприємствами та за рахунок розширення відповідності ОК40 «Фаховий тренінг з маркетингу» фаховим компетентностям ІК, ЗК3-ЗК9, ЗК11-ЗК12, ЗК14, ФК1-ФК4, ФК10, ФК12, ФК14-ФК15, ФК19, яка	Враховано у розділі 4	представник академічної спільноти	Князева Тетяна В'ячеславівна	Професор кафедри маркетингу	Протокол кафедри № 3 від 2.02.2024 р.

	враховує здатність опанувати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.					
5	Зміни до таблиці 5. «Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньо-професійної програми» шляхом розширення відповідності ОК 25 «Менеджмент» програмним результатам навчання ПРН 24 в редакції, яка враховує забезпечення оволодіння методами управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємств споживчого і промислового ринків, обґрунтування управлінських та господарсько-фінансових рішень на основі використання методів і інструментів менеджменту та за рахунок розширення відповідності ОК40 «Фаховий тренінг з маркетингу» програмним результатам навчання ПРН1-ПРН3, ПРН6-ПРН7, ПРН11-ПРН12, ПРН14-ПРН17, ПРН21-ПРН22, які забезпечують оволодіння знаннями теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності для реалізації особистої професійної підготовки сучасного маркетолога.	Враховано у розділі 5	представник академічної спільноти	Полоус Ольга Вікторівна	Професор кафедри маркетингу	Протокол кафедри № 3 від 2.02.2024 р.
6	ФК18 скорегувати в новій редакції, а саме «Здатність обирати та використовувати інноваційні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо функціонування та ефективного управління підприємствами, розуміти особливості сучасної світової і національної економіки обґрунтовувати напрями соціальної, внутрішньої та зовнішньоекономічної політики держави та набути цілісного світогляду в розумінні глобальних процесів, що розкривають закономірності	Враховано у розділі 6	Гарант ОПІ	Ярмолюк Олексій Ярославович	Доцент кафедри маркетингу	Протокол кафедри № 3 від 2.02.2024 р.

	подальших трансформаційних зрушень та дають змогу приймати своєчасні, ефективні маркетингові рішення», яка враховує здатність використовувати інструментарій для успішного виконання завдань щодо функціонування та ефективного управління підприємствами.					
7	ПРН24 скорегувати в новій редакції, а саме «Володіти інноваційними методами збору, аналізу, прогнозування та управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємств споживчого і промислового ринків, обґрунтовувати управлінські та господарсько-фінансові рішення на основі використання методів і інструментів менеджменту, обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування господарської діяльності підприємств». яка враховує забезпечення оволодінням інструментами та методами управління підприємствами споживчого і промислового ринків.	Враховано у розділі 7	Гарант ОПП	Ярмолюк Олексій Ярославович	Доцент кафедри маркетингу	Протокол кафедри № 3 від 2.02.2024 р.

Гарант освітньої програми



Олексій ЯРМОЛЮК