

## Пропозиції щодо удосконалення ОП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

| Стейкхолдери                                                                               | Пропозиції                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Як враховано в ОП                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                          | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 3                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Поліщук І. І. – зав. кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ ДТЕУ,<br>д-р екон.наук, професор   | Розширення тематики курсових робіт, враховуючи інновації, діджиталізації та цифровізацію в сфері маркетингу, наукові інтереси здобувачів                                                                                                                                                         | Розширено тематику курсових робіт, шляхом введення тем по інноваціям, діджиталізації та цифровізації в сфері маркетингу, наукових інтересів здобувачів                                                                                                                   |
| Громова О. Є. – професор кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ ДТЕУ,<br>д-р екон.наук, доцент | Врахувати унікальність ОПП 2024 р. за рахунок введення додаткових спеціальних компетентностей                                                                                                                                                                                                    | Внесено до ОП Маркетинг (вступ 2024) спеціальні (фахові) компетентності:<br>СК 15. Здатність використовувати інноваційний маркетинговий інструментарій у діяльності ринкових суб'єктів;<br>СК 16. Здатність застосовувати сучасні діджитал-технології у сфері маркетингу |
| Якушевська О. В. – доцент кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ ДТЕУ,<br>канд. екон. наук     | Врахувати особливості професії маркетолога та підсилити соціальні компетентності за рахунок додавання ВК, який сприятиме активізації розвитку власного креативного потенціалу здобувача, застосуванню технологій та методів генерації креативних ідей та впровадженню їх в професійну діяльність | Додано ВК «Пошук креативних рішень»                                                                                                                                                                                                                                      |
| Ганчук М. Д. – директор<br>ТОВ «Промавтоматика Вінниця»                                    | Розширити перелік ОК, що пов'язані із посиленням soft skills та самопрезентації здобувачів ВО                                                                                                                                                                                                    | Враховано при реалізації ОП 2022 р., ОП 2023 р., ОП 2024 р.; додано ВК «Self брендинг», ВК «Пошук креативних рішень»                                                                                                                                                     |
| Меланишен Ю. П. – директор<br>ТОВ «ТРК «РЕГІОН-ІНФОРМ»                                     | Врахувати актуальність підготовки бакалаврів в напрямку формування компетентностей щодо розробки та впровадження інновацій в маркетинговій діяльності підприємства                                                                                                                               | Введено теми в окремі обов'язкові ОК (ОК12 «Маркетинг» тема 10 «AI маркетинг», ОК20 «Логістика» тема 11 «Інновації в логістиці», ОК14 «Маркетингова товарна політика» тема 5 «Товарна інноваційна політика»)                                                             |

| 1                                                                | 2                                                                                | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сельська С.Р. – засновниця маркетингової агенції «Sonya Agency»  | Ввести теми в ОК, які пов’язані із цифровізацією та діджиталізацією в маркетингу | Введено до ОП «Маркетинг» 2024 р. ОК «Маркетинг в соціальних мережах», додано в ОК18 «Поведінка споживачів» тему 3 «Вплив цифрових маркетингових інструментів та поведінку споживачів», в ОК23 «Управління продажем та мерчандайзинг» – тему 5 «Цифровізація управління продажу та взаємовідносинами з клієнтами»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Випускники та роботодавці ОП «Маркетинг» (результати опитування) | Застосування сучасних методів навчання                                           | Під час викладання на ОП «Маркетинг» 2022, 2023, 2024 рр. застосовуються активні та інтерактивні методи: STAD, PRES-формула, брейнстормінг, кейс-метод, сторітелінг, методи ситуативного моделювання: імітація, рольові та ділові ігри, метод проєктів, тренінги, майстер-класи, технологія змішаного навчання, самонавчання, використовуючи інструменти електронного навчання, в якому впроваджено спеціальні інформаційно-комп’ютерні технології: система управління навчанням «MOODLE», освітні онлайн-платформи (Prometheus, Coursera, SendPulse: Єдина платформа для маркетингу та продажів / Google Digital Workshop, ВУМ-online тощо), онлайн-консультування тощо |
| Здобувачі вищої освіти (за результатами моніторингу)             | Введення до ОП нових сучасних ОК                                                 | Внесено ОК22 «Територіальний маркетинг» в ОП 2022-2024 рр., ОК 19 «Маркетинг в соціальних мережах» в ОП 2024 р. проведення лекцій, семінарів та майстер-класів                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

| 1                                                                                        | 2                                                                                                                  | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Драч Яна, здобувач вищої освіти 4 курсу, групи МР-42д                                    | Розширення переліку баз практики в провідних організаціях та установах України з метою подальшого працевлаштування | З базами практик укладені відповідні договори: ПП «Культтовари-Вінниця», ТОВ «Епіцентр К», ПП «Торговий Дім «Едельвейс і К», ТОВ «Промавтоматика Вінниця», ТОВ «Телерадіокомпанія «РЕГІОН-ІНФОРМ», ТОВ «ГРІН КУЛЬ», ТОВ «ТРАНС СЕЛ», ТОВ «ФРЕНДТ», ТОВ НВП «Аргон», ТОВ «Вінглобал Плюс», ТОВ «ТОНУС-ПЛЮС СВ», ТОВ «ГАЗБОН», ТОВ «ЕТРОН», ТОВ «Єдине вікно», ТОВ «ЖЕО», ТОВ «НВП «ОРГАНІКС-ГРУП», Вінницька торгово-промислова палата, Департамент маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради та інші.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Струшинська Валерія, здобувач вищої освіти 4 курсу, групи МР-42д                         | Оновлення завдань програм виробничої практики з врахуванням сучасних тенденцій в маркетингу                        | Оновлення змісту робочих програм виробничих практик 1, 2 в 2024 р.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Професійні стандарти<br>«Рекламист»<br>«Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку» | Врахування вимог Професійних стандартів                                                                            | Враховано вимоги Професійних стандартів: «Рекламист», затверджений наказом Міністерства економіки України, № 81-22 від 11.01.2022, зокрема в частині загальних та професійних компетентностей, а також необхідних для виконання трудових функцій, визначених цим стандартом розвитку рекламних компетенцій, що сприяло введенню до ОП ОК2 «Нові медіа та комп'ютерні технології»; «Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку», затверджений наказом Міністерства економіки України, № 751-21 від 18.10.2021, зокрема в частині загальних та професійних компетентностей, а також необхідних для виконання трудових функцій, визначених цим стандартом (розвитку аналітичних компетенцій сприяють ОК8 «Статистика», ОК10 «Економіка і фінанси підприємства», ОК12 «Маркетинг», ОК17 Маркетингові дослідження», ОК18 «Поведінка споживачів», ОК24 «Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства»; залучення у навчальний процес маркетологів-практиків для |

| 1                                              | 2                                                                                                                                                                                                                                         | 3                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Результати попередніх акредитаційних експертиз | Низький рівень використання можливостей підвищення для рівня унікальності бакалаврської ОП «Маркетинг» шляхом переліку компетентностей, невіднесених до тих, ще регламентовані стандартом                                                 | Внесено до ОП Маркетинг (вступ 2024) спеціальні (фахові) компетентності:<br>СК 15. Здатність використовувати інноваційний маркетинговий інструментарій у діяльності ринкових суб'єктів;<br>СК 16. Здатність застосовувати сучасні діджитал-технології у сфері маркетингу    |
|                                                | Встановлена у 2020 р. у ВТЕІ КНТЕУ модель обрання вибіркових дисциплін є недосконалою, бо має певні обмеження вибору всередині блоку, а також високі вимоги до мінімальної кількості студентів як умови для початку викладання дисципліни | Розроблено на введено в дію Положення про організацію освітнього процесу (п.2.1)<br><a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf">www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf</a>                                                                                              |
|                                                | Відсутність правил для визнання результатів навчання які отримані за фахом у неформальній освіті                                                                                                                                          | Розроблено на введено в дію Положення про порядок визначення результатів навчання та/ або інформальної освіти <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/82.pdf">www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/82.pdf</a>                                                                    |
|                                                | Відсутність силабусів як форми інформування здобувачів вищої освіти про зміст та правила навчання і викладання                                                                                                                            | Розроблено на введено в дію Положення про організацію освітнього процесу<br><a href="http://www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf">www.vtei.com.ua/doc/2024/dok/8.pdf</a><br>Кожний ОК забезпечений силабусом, що розглядається та затверджується на початку навчального року. |
|                                                | Недостатня поінформованість студентів про політику та процедури вирішення конфліктних ситуацій                                                                                                                                            | Розроблено на введено в дію Положення про врегулювання конфліктних ситуацій, здобутої шляхом неформальної <a href="http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/50.pdf">http://www.vtei.com.ua/doc/dtu/pol/50.pdf</a>                                                                 |