

АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ

за результатами громадського обговорення
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
за спеціальністю 075 Маркетинг на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти

| № п/п | Складові ОПП | Пропозиції | Стейкхолдери | Результати обговорення | Обґрунтування |
|-------|--|---|--|------------------------|--|
| 1 | ОК32 «Інтернет-маркетинг» | Посилити практичну складову ОК, використовуючи можливості відкритих освітніх платформ з Інтернет-маркетингу | Володимир Грижак, керівник відділу продаж digital-агенції «Star Way» | Повністю враховано | Інтегровано онлайн-курс «Маркетинг ІТ-продуктів» освітньої платформи «Genesis» у самостійну роботу студентів в ОК32 «Інтернет-маркетинг». Доповнено лекційний матеріал ОК32 «Інтернет-маркетинг» анімованими відеолекціями з онлайн-курсів «Основи веб-дизайну», «SMM-стратегія», «Основи дизайну» від освітньої платформи «Cases Media». |
| 2 | ОК 33 «Маркетингові дослідження та аналітика» ОК 34 «Міждисциплінарна курсова робота» | Посилити формування спеціальних компетентностей фахівців у сфері маркетингу, які здатні працювати в умовах деструктивних змін економіки воєнного часу | Василь Липчук, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнології імені С.З. Гжицького | Повністю враховано | Доповнено структуру змістового модуля ОК 32 «Маркетингові дослідження та аналітика» темою «Правові і неправові методи збору інформації. Дезінформація в умовах війни». У Методичних вказівках до виконання міждисциплінарної курсової роботи (ОК 34) у розділі «Висновки і пропозиції» передбачено формулювання власних пропозицій щодо перспектив розвитку досліджуваного бізнесу у післявоєнний період. |

| | | | | | |
|---|--|---|---|--------------------|--|
| 3 | ОК 33 «Маркетингові дослідження та аналітика» | Посилити інформаційно-аналітичні компетентності фахівця у сфері маркетингу, що дозволить вирішувати комплексні завдання із пошуку інформації, її обробки та аналізу, а також презентування результатів проведених досліджень. | Олена Обшарська, маркетолог ПП «Галіт» | Повністю враховано | Удосконалено змістове наповнення ОК 33 «Маркетингові дослідження та аналітика» теоретичними та практичними аспектами опанування методики формування аналітичного звіту за результати маркетингових досліджень |
| 4 | Обов'язкові компоненти освітньої-професійної програми | Збільшити кількість кредитів на обов'язкові компоненти циклу професійної підготовки за рахунок зменшення вибіркової дисциплін | Єлизавета Ладюк, здобувачка вищої освіти другого курсу | Відхилено | Обсяг вибіркової дисциплін освітньої-професійної програми згідно Положення про формування вибіркової частини навчальних планів у ЗУНУ повинен становити не менше 25% від загальної кількості кредитів ЄКТС. |
| 5 | ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. | При вивченні дисциплін професійної підготовки забезпечити відповідність практико-орієнтованих завдань (кейсів) з маркетингу, комунікацій, брендингу, а також технік продаж сучасним викликам та загрозам бізнес-середовища, що сприятиме розвитку у здобувачів вищої освіти критичного мислення, гнучкості та адаптивності. | Микола Лучик, співзасновник digital-агенції «Koala Masters» | Частково враховано | Розширено змістове наповнення та доповнено практичну частину ОК 31 «Управління розподілом та продажами» щодо організації продаж як в офлайн, так і онлайн форматах, в тому числі із використанням інструментів нейромаркетингу. Навчально-методичне забезпечення ОК 23 «Маркетинг» містить кейси, які демонструють досвід трансформації маркетингових комунікацій відомих брендів під час війни. |

| | | | | | |
|---|-----------------------------|---|--|--------------------|---|
| 6 | Каталог вибірових дисциплін | Для розширення індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти запропоновано доповнити перелік вибірових дисциплін в частині реалізації міждисциплінарного підходу до формування дисциплін фахового спрямування, які орієнтовані на розвиток цифрових навичок використання сучасних технологій у професійній діяльності | Дмитро Окотруб, здобувач вищої освіти четвертого курсу | Повністю враховано | Доповнено каталог вибірових дисциплін навчальними дисциплінами «Розробка сайтів і веб-аналітика», «Веб-дизайн та веб-проектування» та запропоновано не обмежуватися пропозиціями стосовно формування індивідуальної освітньої траєкторії. |
|---|-----------------------------|---|--|--------------------|---|