УЗАГАЛЬНЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЄКТУ-2025 ОП «МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
(засідання кафедри економіки та управління бізнесом, Протокол №14 від 22.11.2024р).

ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право».
Кваліфікація: бакалавр маркетингу.
Гарант - к. е. н., доц. Якубовська Н. В.

Внесено	**Зміст**	**Рішення групи забезпечення щодо врахування / відхилення пропозицій**
доц. Якубовська Н.В.	У відповідності до методичних рекомендацій щодо підготовки навчальних планів у РДГУ внести зміни в НП та ОП, що стосуються обов'язкових компонентів у циклі загальної підготовки: 1.ОК «Іноземна мова академічної комунікації» із 5-ти кредитів збільшити до 6-ти з формою контролю екзамен. 2.Ввести у І-ий семестр ОК «Основи наукових досліджень» обсягом 3 кредити та формою контролю екзамен.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
проф. Панюк Т.П.	ОК «Економічна теорія» трансформувати у «Сучасна економічна теорія».	*Врахувати.* Змінити назву дисципліни ОК «Економічна теорія» на «Сучасна економічна теорія». У робочій програмі та силабусі навчальної дисципліни забезпечити коригування тем змістових модулів.
здобувачка в/о першого (бакалаврського) рівня ОП Маркетинг, 3курс Приступа С.	ОК «Філософія» з ІІІ-го семестру перенести у VII-ий, що дозволить більш зрілим у віці здобувачам з краще сформованим світоглядом розуміти та сприймати непрості філософські аспекти, а також могти їх аналізувати більш глибше.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
ст.викл., фахівець-практик, директор ГО «Рівненська обласна організація УАМ», Гладунов О.В.	ОК «Вступ до фаху» трансформувати у назві та подати, як «Введення у спеціальність».	*Врахувати.* Враховуючи, що назва «Введення у спеціальність» є більш відповідною змісту навчальної дисципліни.

доцент кафедри маркетингу Київського національного економічного університету імені В.Гетьмана, Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу» к.е.н., доц. Лилик І.В.	Структуризувати освітні компоненти із циклу професійної підготовки освітньої програми «Маркетинг» у відповідності до послідовного та логічного опанування їх здобувачами. Водночас коригування потребуватиме і структурно-логічна схема із забезпеченням належних зв'язків між освітніми компонентами.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій, оскільки освітні компоненти, котрі відповідають за фахову підготовку бакалавра маркетингу в РДГУ, повинні дозволяти якісно та поступово формувати професійні компетентності та відповідні програмні результати навчання.
доц. Стрільчук Р.М.	ОК «Організація самостійної роботи студентів» (4 кредити) та ОК «Організація економічної діяльності» (4 кредити) вилучити з переліку освітніх компонент, оскільки вони за структурою перегукується з ОК «Основи наукових досліджень. Це дозволить включити в НП більше фахових дисциплін.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
професор, зав.кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету ім. Ю.Федьковича, д.е.н., проф. Буднікевич І.М.	Напрацювати вдосконалення проєкту ОП через формулювання додаткової СК та ПРН, що будуть відображати особливості та конкурентні переваги ОП, робити її відмінною від аналогічних на регіональному та загальнонаціональному ринку. ОК «Системне мислення» замінити на ВК «Основи креативного маркетингу», оскільки перша освітня компонента частково перегукується із ВК «Основи критичного мислення», що накладається при опануванні компетентностей та досягненні практичних результатів. Така зміна ВК обумовлюється реалізацією на кафедрі проєкту Жана Моне «Динамічні креативні індустрії: Розкриття потенціалу економіки ЄС та виклики для України» (ERASMUS-JMO-2024-HEI-TCH-RSCH, Proposal number: 101172651) на період 2024–2027 рр.	*Врахувати.* Рекомендація доцільна й дозволить посилити привабливість та конкурентоздатність ОП серед інших ЗВО України. Напрацювати спеціальну (фахову) компетентність СК15 та програмний результат навчання Р19. *Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
директор ТОВ ««MEOWCHI SUSHI» Поліщук О.Т.	Доцільно освітню компоненту «Економіка підприємства» підсилити через вивчення ще й управлінських процесів на підприємстві. Таким чином назву дисципліни подати як «Економіка та управління підприємством».	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.

директор ТОВ «Салма-Фуд» Середюк Д.	ОК «Стандартизація та оцінка відповідності» у ІІІ-му семестрі з 3-ох кредитів збільшити до 4-ох, що дозволить посилити спеціальні компетентності маркетологів у даному напрямі, який є доволі цікавим та практико-орієнтованим для майбутніх маркетологів. Забезпечити завершення вивчення даної дисципліни складанням екзамену.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
доц. Пляшко О.С.	ОК «Економічний аналіз для маркетингових рішень» у V семестрі з 3-х кредитів збільшити до 5-ти, що дасть можливість зупинитися на важливій тематиці НД, а також буде більш виправданим та логічним при формі контролю екзамен.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
доц. Паламарчук О.С.	Задля унормування кількостей кредитів: у VII семестрі ОК «Маркетингова продуктова стратегія» забезпечити 5 кредитів замість 6; ОК «Аналіз та візуалізація даних в маркетингу» забезпечити 4 кредити замість 5; ОК «Методи обробки та аналізу маркетингової інформації» забезпечити 4 кредити замість 5.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
директор ТОВ «Рівненська фабрика кави» Ягущин Ю.В.	Підсилити вивчення фахових дисциплін через використання сучасних ІТ та врахування сучасних тенденцій процесів цифровізації та сучасних методів обробки даних, що розширить ряд професійних компетенцій, а не обмежить лише в теоретичних аспектах. ОК «Маркетингова інформація» подати у редакції «Методи обробки та аналізу маркетингової інформації», що розширить ряд спеціальних (професійних) компетенцій у здобувачів при її вивченні, а не обмежить лише у вивченні теоретичних аспектів даної освітньої компоненти.	*Врахувати.* Враховуючи обґрунтованість рекомендацій, ОК «ІС системи та технології» подати для вивчення у двох семестрах першого курсу *Врахувати.* Змінити назву дисципліни ОК «Маркетингова інформація» на «Методи обробки та аналізу маркетингової інформації». У робочій програмі та силабусі навчальної дисципліни забезпечити коригування тем змістових модулів. Вивченню даної дисципліни виділити 4-ти кредити.