

Результати обговорення
 проєкту освітньо-професійної програми 40498 Маркетинг на 2025-2026 н.р.

за спеціальністю D5 Маркетинг
 рівень вищої освіти Другий

№ з/п	Автор пропозиції/відношення до групи стейкхолдерів	Дата надходження пропозиції/її оформлення	Суть пропозиції, її обґрунтування	Інформація від гаранта ОП про врахування пропозиції/ обґрунтування причини не врахування пропозиції
Проект 2025				
1.	Здобувач вищої освіти ОП Маркетинг / Рубежанський М.	22.11.2024 р. (засідання кафедри ЕтУБ №14)	Було б доцільно відобразити у меті програми не лише підготовку конкурентоздатних фахівців, здатних ефективно працювати з ринковими інструментами, але й підкреслити важливість розвитку креативного фахівця маркетингу.	Враховано повністю. “Рекламний менеджмент” замінили на “Креативна реклама та SMM-стратегії”, що розширить ряд спеціальних (професійних) компетенцій та забезпечить досягнення більшої кількості програмних результатів навчання у здобувачів магістерського рівня.
2.	Роботодавець / Юрій Ягушин, директор ТОВ «Рівненська фабрика кави»	13.12.24 «Платформа взаємодії: бізнес та влада для розвитку громади»	Під час уточнення мети ОП Маркетинг» варто зробити акцент на її спрямованості на підготовку фахівців, здатних ефективно впроваджувати маркетингові рішення для забезпечення сталого розвитку економіки. Такий підхід дозволить поєднати професійну компетентність здобувачів із орієнтацією на довгострокові соціально-економічні та екологічні пріоритети.	Враховано повністю. Підсилили ОП змінивши ОК «Креативний маркетинг» на «Креативний маркетинг в умовах сталого розвитку»

3.	Академічна спільнота / д.е.н., доцент професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту Ужгородського національного університету, Гарант освітньої програми «Маркетинг» Олена ЗАРІЧНА	Січень 2025 під час громадського обговорення ОП	З метою узгодження мети та особливості ОП з її освітніми компонентами, в частині підготовки креативних фахівців з маркетингу, доцільно підсилити ОП додатковими СК та Р.	Враховано рекомендацію щодо підсилення ОП через введення СК та Р: СК10. Здатність розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії в сфері креативної економіки в інтересах принципів сталого розвитку. Р16. Вміти розробляти та реалізовувати інноваційні маркетингові стратегії, що поєднують принципи сталого розвитку та креативної економіки.
4.	Роботодавець / Дмитро Середюк, директор ТОВ «Салма-Фуд»	14.02.25 круглий стіл з маркетологами та директором ТОВ «Салма-Фуд»	Під час удосконалення мети та програмних результатів освітньої програми Маркетинг доцільно врахувати регіональний аспект підготовки здобувачів. Важливо, щоб програма формувала у майбутніх фахівців здатність адаптувати маркетингові стратегії до специфіки локальних ринків, особливостей економіки та культурного середовища Рівненщини та суміжних регіонів.	Враховано повністю. ВК «Маркетингові дослідження регіональних ринків перенесено в блок обов'язкових компонент».
5.	Роботодавець / Олена Поліщук, ФОП «MEOWCHI SUSHI»	10.02.25 зустріч на Meowchi delivery	Ввести обов'язкову компоненту, яка буде забезпечувати унікальність ОП в розрізі креативності.	Враховано. Введено нову ОК «Креативна економіка»