

**УЗАГАЛЬНЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ
ОП МАРКЕТИНГ МАГІСТЕРСЬКОГО РІВНЯ НА
2024-2025 НР.**

Внесено	Зміст	Рішення групи забезпечення щодо врахування / відхилення пропозицій
проф. Дейнега О. В.	З метою уникнення дублювання інформації на бакалаврському і магістерському рівні пропоную замінити дисципліну “Управління маркетинговими комунікаціями” на “Управління брендами”, оскільки остання навчає приймати ефективні стратегічні та тактичні рішення щодо важливого інструменту забезпечення конкурентної стійкості підприємства – бренду.	Враховати, враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
Гладунов О. В.	Маркетолог - це креативна професія, котра вимагає значних інновацій, постійного пошуку. У зв'язку з цим пропоную передбачити обов'язкове вивчення дисципліни “Креативний маркетинг”	Враховати, враховуючи обґрунтованість рекомендацій, а також можливість врахування мистецького профілю університету.
проф. Дейнега І. О.	Включити до складу обов'язкових дисциплін «Креативний маркетинг» замість «Маркетингова політика розподілу», яка за змістом є дисципліною бакалаврського рівня. Це також додатково дозволить врахувати мистецький профіль університету та врахувати побажання стейкхолдерів Гладунова О. В., Ткаченко Ю. В.	Враховати, враховуючи обґрунтованість рекомендацій.
професор кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету, д.е.н., проф. Кузьмак О. І.	1. Аналогічно до ОП бакалавр. Унормувати та систематизувати перелік вибірових компонент за ОП. Зокрема, варто розділити та сформувати два окремих каталоги вибірових компонент “Дисципліни вільного вибору професійного спрямування”, “Дисципліни загального вибору (загально університетського рівня)”, автономія закладу як назвати. Варто визначити та зазначити норму вибору кожного із розділів у кредитах ЄКТС, що надасть змогу здобувачам уже на стадії ознайомлення із ОП і в подальшому, чітко орієнтуватись щодо права вільного вибору освітньої траєкторії. 2. На мою думку, варто було б підсилити досягнення програмного результату (Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та	1. Внести пропозицію на розгляд НМР, оскільки наразі формування вибіркового блоку здійснювалося у відповідності до діючих Положень РДГУ. 2, 3, 4. Враховати, враховуючи обґрунтованість рекомендацій.

	спеціалізованого програмного забезпечення) за рахунок обов'язкових компонент, або ж окремою ОК, або виділенням тем у існуючих. 3. Зважаючи на турбулентність змін ринкового середовища, в умовах діджиталізації та глобалізації економічних процесів, варто зміцнити акцент на обов'язкових освітніх компонентах, що розвивають компетентності використання інструментів цифрової трансформації. 4. Зверніть увагу на ОК37 Маркетингові комунікації (рівень бакалавр) та ОК10 Управління маркетинговими комунікаціями (рівень магістр), що б не було дубляжу.	
доц. Хомич С. В.	З метою посилення Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення, пропоную ввести в обов'язковий блок дисципліну “Сучасні інформаційні технології в управлінні маркетингом”, яка б передбачала можливість розгляду різних кейсів, пов'язаних із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення у маркетинговому управлінні.	Врахувати, враховуючи обґрунтованість рекомендацій.