

Зведена інформація про зміни до освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075-Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти (редакція 2022 р.)

Для оновлення освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075-Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти рішенням Вченої ради Державного університету телекомунікацій був схвалений склад робочої групи, затверджений наказом ректора.

Гарант освітньої програми - Дрокіна Ніна Іванівна - доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу

Члени робочої групи:

Виноградова Олена Володимирівна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу;

Писар Надія Богданівна - доктор економічних наук, професор; професор кафедри маркетингу;

Дарчук Вероніка Геннадіївна - кандидат економічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;

Литвинова Ольга Володимирівна - кандидат економічних наук; доцент кафедри маркетингу;

Совершенна Ірина Олексіївна - кандидат технічних наук, доцент; доцент кафедри маркетингу;

Яблонський Георгій Олексійович - директор ВЕБ-студії «UPWAY»;

Бесараб Катерина Сергіївна – здобувачка другого рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг».

Членами робочої групи був проведений детальний аналіз тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм; пропозиції стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, випускників, роботодавців, громадської організації); рекомендації акредитаційних комісій суміжних освітніх програм; а також враховані вимоги Державного стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженому наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960.

У результаті цієї роботи оновлено освітньо-професійну програму «Маркетинг» за спеціальністю 075-Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Програму затверджено Вченою радою Державного університету телекомунікацій (протокол № 13 від 16 червня 2022 року) та введено в дію наказом ректора № 47 від 16 червня 2022 року з 1 вересня 2022 року.

УНІФІКОВАНА ТАБЛИЦЯ ІЗ ЗАУВАЖЕННЯМИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЯМИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ
до освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти (редакція 2022 р.)

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу ДУТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Оновити список партнерів кафедри з врахуванням нових договорів з компаніями та уточненням назв компаній-роботодавців, а саме: TOB «UDS CONSULTING» на TOB «UDS SYSTEM», TOB МЕДІАСАППОРТ на TOB «ГЛОБАЛДІЖІТАЛ», TOB «ADPARTNER» на TOB «ПАРТНЕРЕД».	Враховано Список партнерів оновлено у складовій ОПП « Особливості програми». (Рішення кафедри, протокол № 10 від «18» квітня 2022 р.)
Совершенна Ірина Олексіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУТ, к.т.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Перейменувати дисципліну «Маркетинг взаємовідносин» на «Маркетингова система взаємодії», що зумовлене еволюцією підходів до управління сучасним бізнесом: акцент зміщується з окремих комунікативних актів та побудови емоційних зв'язків із клієнтами на створення цілісної, структурованої та технологічно інтегрованої системи взаємодії з усіма стейкхолдерами (включно з клієнтами, партнерами та внутрішніми аудиторіями).	Враховано ОК «Маркетинг взаємовідносин» перейменували у «Маркетингова система взаємодії» (Рішення кафедри, протокол № 10 від «18» квітня 2022 р.)
Яблонський Георгій Олексійович	Директор ВЕБ-студії «UPWAY»	Роботодавець, член робочої групи	Замінити дисципліну «Маркетинговий аналіз» на нові курси «Аналіз і планування маркетингової діяльності», «Оцінка ефективності маркетингових рішень» та «Бенчмаркінг». Це пов'язано з тим, що ринок праці вимагає від магістрів не просто констатації фактів на основі аналітичних даних, а здатності переходити від аналізу до чіткого стратегічного й операційного планування, а також уміння системно вивчати, адаптувати та впроваджувати кращі ринкові практики провідних компаній-конкурентів через інструменти бенчмаркінгу.	Враховано ОК «Маркетинговий аналіз» трансформовано у ОК «Аналіз і планування маркетингової діяльності», ОК «Оцінка ефективності маркетингових рішень» та ОК «Бенчмаркінг». (Рішення кафедри, протокол № 10 від «18» квітня 2022 р.)
Дарчук Вероніка Геннадіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Введення нових дисциплін забезпечує перехід від простої констатації ринкових показників до повного циклу сучасного маркетингового менеджменту. Таким чином, аналіз і планування об'єднається з аналітикою й прийняттям управлінських рішень та розробкою дієвих планів. А бенчмаркінг дає змогу системно переймати та адаптувати передовий досвід ринкових лідерів.	
Дрокіна Ніна Іванівна	Професор кафедри	Науково-педагогічний	Перенести ОК «Організація проведення наукових досліджень в маркетингу» та ОК «Стратегічний маркетинг» з 3 на 2 семестр,	Враховано Перенесено ОК «Організація

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
	маркетингу ДУТ, д.е.н.	працівник, гарант	що дозволить сформувати методологічну базу для практики. У 3 семестрі розширити блоку практик (науково-педагогічна, науково-дослідницька та переддипломна), що забезпечить синергетичний ефект: науково-педагогічна практика дозволить апробувати викладацькі навички та закріпити матеріалі дисципліни з методики вищої школи; науково-дослідницька практика створить ґрунтовий базис для збору фактичного матеріалу та емпіричної перевірки результатів маркетингового дослідження; переддипломна практика завершить цикл підготовки підготовкою та остаточним оформленням кваліфікаційної (магістерської) роботи.	проведення наукових досліджень в маркетингу» та ОК «Стратегічний маркетинг» з 3 на 2 семестр. Розширено блоку практик у 3 семестрі (науково-педагогічна, науково-дослідницька та переддипломна). (Рішення кафедри, протокол № 10 від «18» квітня 2022 р.)
Писар Надія Богданівна	Професор кафедри маркетингу ДУТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	ОК «Управління лояльністю споживачів» перенести до блоку дисциплін вільного вибору студента. Ввести до блоку обов'язкових дисциплін ОК «Викладання дисциплін маркетингу у вищій школі», що зумовлене посиленням академічної та професійної спрямованості освітньої програми.	Враховано ОК «Управління лояльністю споживачів» перенесено до блоку дисциплін вільного вибору студента. Введено до блоку обов'язкових дисциплін ОК «Викладання дисциплін маркетингу у вищій школі» (Рішення кафедри, протокол № 10 від «18» квітня 2022 р.)
Бесараб Катерина Сергіївна	Магістр спеціальності 075 «Маркетинг»	Здобувач вищої освіти, член робочої групи	Для мене як для студента магістратури такі зміни означають кілька важливих переваг: Дисципліна з лояльності споживачів надзвичайно цікава, але перенесення її до вибіркового блоку дозволяє мені самостійно вирішувати, чи хочу я поглиблювати саме цей узкоспеціалізований аспект, чи обрати інші дисципліни під свої конкретні кар'єрні цілі. Поява в обов'язковому блоці дисципліни «Викладання дисциплін маркетингу у вищій школі» разом із відповідною практикою дає мені реальну можливість спробувати себе в ролі викладача, бізнес-тренера чи корпоративного наставника. Це значно розширює мої можливості при працевлаштуванні - я зможу працювати не лише у комерційному секторі, а й у сфері бізнес-освіти чи консалтингу.	

Гарант освітньої програми



Н. І. Дрокіна