

Зведена інформація про зміни до освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075-Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (редакція 2024 р.)

Для оновлення освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 0755-Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти рішенням Вченої ради Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій був схвалений склад робочої групи, затверджений наказом ректора.

Гарант освітньої програми - Ромащенко Ольга Сергіївна к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу;

Члени робочої групи:

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

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

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

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

Волкова Олена Алевтинівна - директор ТОВ «Реал Дорс»;

Майстренко Андрій Володимирович – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», ОПП «Маркетинг»;

Заєць Марія Вікторівна – здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», ОПП «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 15.12.2018 р. № 1343.

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

Програму затверджено Вченою радою Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (протокол № 10 від 01 квітня 2024 року) та введено в дію наказом ректора № 64 від 01.04.2024 з 1 вересня 2024 року.

УНІФІКОВАНА ТАБЛИЦЯ ІЗ ЗАУВАЖЕННЯМИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЯМИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ
до освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (редакція 2024 р.)

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
Федюнін Сергій Анатолійович	Директор Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУІКТ	Адміністрація		Враховано ОК «Застосування інформаційно-телекомунікаційних засобів» перейменовано у «Основи інформаційних технологій». (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)
Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	ОК «Сучасні види маркетингу» перенести до нормативного блоку, оскільки вона відповідає ПРН та надаваним компетенціям. Ця освітня компонента забезпечує компетенції ЗК4, ЗК6, ПП2, ПП9 та програмні результати навчання: ПРН 1, ПРН 8, ПРН 12, ПРН 16, ПРН 18.	Враховано ОК «Сучасні види маркетингу» перенесено до нормативного блоку. (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)
Шваб Марина Віталіївна	здобувач першого (бакалаврського) рівня ВО ОПП «Маркетинг»	Здобувач вищої освіти	Розуміння сучасних маркетингових концепцій та вміння використовувати нестандартні підходи є критично важливими для успіху на сучасному ринку, тому, включення цієї дисципліни до нормативного блоку забезпечить ґрунтовну підготовку студентів до майбутньої професійної діяльності.	
Ромащенко Ольга Сергіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, гарант	Уточнити назву дисципліни «Бізнес-аналітика» відповідно до її змісту та враховуючи досвід провідних ЗВО (Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Національний технічний університет Дніпровська політехніка), як ОК «Маркетингова бізнес-аналітика».	Враховано Уточнено назву ОК «Бізнес-аналітика» як «Маркетингова бізнес-аналітика» (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)
Ігнат'єв Андрій Вікторович	Директор ТОВ «ФАРМА-ПЕРСОНАЛ»	Роботодавець	Побажання упорядкування логіки вивчення дисциплін. А саме – «Digital-маркетинг» базується на використанні сучасних інформаційних технологій та потребує вміння створювати якісний контент, тому базою для нього мають стати «Копірайтинг та основи	Враховано ОК «Електронний бізнес» перенесено на 4 семестр; ОК «Digital-маркетинг» перенесено на 3 семестр; ОК «Маркетинг у

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
			редагування», «Інформаційні системи і технології в маркетингу».	соціальних мережах (SMM маркетинг)» перенесено на 5 семестр (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)
Дарчук Вероніка Геннадіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	зазначила, що у результаті проходження курсу «Digital internet marketing» (сертифікат «Digital marketing specialist») виникли пропозиції щодо логіки побудови вивчення дисциплін, а саме: дисципліну «Електронний бізнес» перенести на 4 семестр як таку, що продовжує навички, опановані при вивченні дисциплін «Інформаційні системи і технології в маркетингу» та «Digital-маркетинг»; дисципліну «Digital-маркетинг» перенести на 3 семестр як базову для дисциплін «Маркетинг у соціальних мережах (SMM маркетинг)» та «Електронний бізнес»; дисципліну «Маркетинг у соціальних мережах (SMM маркетинг)» перенести на 5 семестр як таку, що продовжує навички, опановані при вивченні дисциплін «Інформаційні системи і технології в маркетингу», «Копірайтинг та основи редагування», «Digital-маркетинг», «Електронний бізнес». Правильна організація послідовності вивчення цих дисциплін сприятиме кращому засвоєнню матеріалу та формуванню у студентів необхідних компетенцій.	
Дарчук Вероніка Геннадіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	запропонувала: ОК «Логістика» перенести на 4 семестр як базову для дисципліни «Електронні закупівлі» та збільшити кількість кредитів з 3 до 4. Бо вивчення на 4-му семестрі ОК «Логістика» дозволить студентам отримати необхідні знання та навички для подальшого успішного освоєння «Електронних закупівель» та інших дисциплін, пов'язаних з управлінням поставками та ланцюгами постачання. ОК «Брендинг» перенести на 5 семестр. Дисципліну «Іміджологія» перенести на 6 семестр як таку, що продовжує навички, опановані при вивченні дисципліни «Брендинг». Вивчення іміджології після брендингу дозволить студентам краще зрозуміти, як	Враховано ОК «Логістика» перенести на 4 семестр та збільшити кількість кредитів з 3 до 4; ОК «Управління продажем» перенесено на 7 семестр та зменшити кількість кредитів з 4 до 3. ОК «Брендинг» перенесено на 5 семестр. ОК «Іміджологія» перенести на 6 семестр. (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
			створювати та підтримувати позитивний імідж бренду. Дисципліну «Управління продажем» перенести на 7 семестр як таку, що продовжує навички, опановані при вивченні дисципліни «Брендинг», «Маркетингова товарна політика» (дозволить студентам інтегрувати отримані знання та навички з цих дисциплін та застосувати їх на практиці) та зменшити кількість кредитів з 4 до 3 (студенти вже мають базові знання з маркетингу та брендингу, тому фокус може бути зміщений на більш практичні аспекти управління продажем). Це дозволить враховувати логічну послідовність вивчення цих дисциплін та забезпечити, щоб студенти мали необхідні знання та навички для успішного освоєння кожної дисципліни	
Сидоренко Тетяна Михайлівна	Завідувач кафедри документознавства та інформаційної діяльності, к.філ.н., доцент	Академічна спільнота	Дисципліну «Копірайтинг та основи редагування» перенести на 3 семестр як базову для дисципліни «Маркетинг у соціальних мережах (SMM маркетинг)»; бо вона надає студентам необхідні знання та навички зі створення текстів, які є основою для ефективної комунікації в соціальних мережах	Враховано ОК «Копірайтинг та основи редагування» перенесено на 3 семестр. (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)
Мокряков Андрій Сергійович	Старший консультант компанії Pro-Consulting	Роботодавець	особливість освітньої програми проявляється у її спрямованості на підготовку студентів у галузі digital-маркетингу та активному застосуванні інформаційних технологій; підкреслив важливість дисциплін «Копірайтинг та основи редагування», «Digital-маркетинг» та «Маркетинг у соціальних мережах (SMM маркетинг)» для формування сучасних знань та навичок здобувачів вищої освіти. Погодився, що буде логічним, щоб дисципліна «Копірайтинг та основи редагування» передувала вивченню дисципліни «Маркетинг у соціальних мережах (SMM маркетинг)».	

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
Гусєва Ольга Юріївна	Завідувач кафедри економіки ДУІКТ, д.е.н, професор	Академічна спільнота	ОК «Основи статистики і прогнозування економічних процесів» перенести з 3 на 2 семестр як базову для дисципліни «Маркетингова бізнес-аналітика», враховуючи, що освітня компонента «Основи статистики і прогнозування економічних процесів» надає студентам необхідні навички для зведення, групування даних, визначення показників динаміки, статистичного оцінювання закономірностей розвитку економічних процесів. Ці навички є критично важливими для успішного опанування «Маркетингової бізнес-аналітики», яка передбачає аналіз маркетингових даних, побудову прогнозів та прийняття обґрунтованих рішень на основі статистичного аналізу	Враховано ОК «Основи статистики і прогнозування економічних процесів» перенесено на 2 семестр (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)
Алекперова Емілія	Здобувач першого (бакалаврського) рівня ВО ОПП «Маркетинг», член студентського самоврядування	Здобувач, студентське само-врядування	Студенти теж зацікавлені у тому, щоб перш ніж вивчати дисципліну «Маркетингова бізнес-аналітика», хотілося б отримати знання з «Основ статистики і прогнозування економічних процесів». «Маркетингова бізнес-аналітика» є досить складною дисципліною, яка потребує від студентів не тільки знання статистичних методів, але й вміння застосовувати їх для вирішення практичних завдань.	
Совершенна Ірина Олексіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.т.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Відкоригувати перелік дисциплін у 7 семестрі; ОК «Міжнародний маркетинг» перенести на 7 семестр як базову для ОК «Маркетингова цінова політика», враховуючи, що ОК «Міжнародний маркетинг» надає студентам необхідні знання про особливості маркетингу на міжнародних ринках, що є критично важливим для формування ефективної маркетингової цінової політики; ОК «Електронні закупівлі» перенести на 7 семестр як таку, що продовжує навички, опановані при вивченні ОК: «Інформаційні системи і технології в маркетингу», «Digital-маркетинг», «Електронний бізнес», бо вивчення «Електронних закупівель» після дисциплін,	Враховано ОК «Електронні закупівлі» перенесено на 7 семестр, ОК «Міжнародний маркетинг» перенесено на 7 семестр, з ОК «Маркетингові чинники результативності бізнесу» зменшено кількість кредитів з 6 до 5; з ОК «Маркетингові чинники результативності бізнесу» прибрати курсову роботу (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
			пов'язаних з інформаційними технологіями та електронним бізнесом, дозволить студентам краще зрозуміти, як використовувати сучасні технології для здійснення ефективних закупівель; з ОК «Маркетингові чинники результативності бізнесу» прибрати курсову роботу (бо виходить 6 дисциплін у 7 семестрі основного блоку та 2 за вибором студента) та, відповідно, зменшити кількість кредитів з 6 до 5.	
Крижко Ольга Валеріївна	Старший викладач кафедри маркетингу ДУІКТ	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Уточнити назву ОК «Рекламний креатив» відповідно до її змісту - як «Реклама та рекламна діяльність». У такій редакції дана ОК присутня у багатьох закладах вищої освіти: ТНТУ імені Івана Пулюя, ЗНУ, ДУ «Житомирська політехніка», НУ Полтавська імені Юрія Кондратюка тощо. Назва «Реклама та рекламна діяльність» більш точно відображає зміст дисципліни, яка охоплює не лише креативні аспекти створення реклами, але й широкий спектр питань, пов'язаних з плануванням, організацією, проведенням та оцінкою ефективності рекламних кампаній.	Враховано Уточнено назву ОК «Рекламний креатив» як «Реклама та рекламна діяльність». (Рішення кафедри, протокол № 12 від 13 лютого 2024 р.)
Заєць Марія Вікторівна	Випускниця бакалаврату 2023 року, здобувач другого (магістерського) рівня ВО ОПП «Маркетинг»	Випускниця	Назва «Реклама та рекламна діяльність» є більш зрозумілою та інформативною для студентів, оскільки вона чітко вказує на коло питань, які будуть розглядатися в рамках даної дисципліни	

Гарант освітньої програми



Ольга РОМАЩЕНКО