

Пропозиції до ОП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти

| Стейкхолдери | Пропозиції | Як враховано в ОП |
|---|---|--|
| Члени робочої групи (здобувачі вищої освіти, академічна спільнота ВТЕІ ДТЕУ) | Розширити тематику кваліфікаційних робіт, з урахуванням унікальності ОПП, діджиталізації різноманітних процесів суспільства, наукових інтересів здобувачів, сучасних тенденцій розвитку маркетингу | Враховано при розробці тематики кваліфікаційних робіт |
| | Зменшити обсяг ОК «Бренд-менеджмент та діджитал-комунікації» на 2 кредити ЄКТС, з метою оптимізації ОПП та перерозподілом кредитного навантаження і посиленням підготовки здобувачів за іншими компонентами, що забезпечують формування додаткових компетентностей. | В процесі розробки ОПП «Маркетинг» 2026 року було враховано |
| Станкевич І.В. – зав. кафедри менеджменту і маркетингу Одеської державної академії будівництва і архітектури, д-р екон.наук, професор | Включити ОК «Методологія і організація наукових досліджень», що обумовлене необхідністю формування у здобувачів вищої освіти дослідницьких компетентностей, навичок планування та проведення наукових досліджень, аналізу їх результатів, підготовки наукових публікацій і дотримання принципів академічної доброчесності. ОК створює підґрунтя для виконання кваліфікаційних робіт на належному науковому рівні та забезпечує підготовку здобувачів до продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти, зокрема вступу до аспірантури | В процесі розробки ОПП «Маркетинг» 2026 року було враховано |
| Лилик І.В. – Президент ГО «Українська асоціація маркетингу», к.е.н, доц. КНЕУ ім. В.Гетьмана | Удосконалити змістовне наповнення ОК 5 «Маркетинговий аналіз», з метою підсилення ПРН12 в частині використання інформаційних систем і технологій задля здійснення ефективної маркетингової діяльності в розробці маркетингових проєктів | Оновлено зміст ОК 5 «Маркетинговий аналіз», додано тему «Діджитал-аналітика в маркетинговій діяльності підприємства» |

| | | |
|--|---|---|
| Шевчук А.Л. – директор ТОВ «Етрон», м. Вінниця | Розширити перелік тем кваліфікаційних робіт із використанням штучного інтелекту в маркетингу | Враховано при розробці тематики кваліфікаційних робіт |
| Сельська С.Р. – засновниця маркетингової агенції «Sonya Agency» Мельник Ю.В. – SMM-маркетолог, випускниця ВТЕІ КНТЕУ ОП «Маркетинг» | Врахувати необхідність підготовки магістрів, здатних розробляти і впроваджувати новітні цифрові технології маркетингу | В процесі викладання за ОПП «Маркетинг» 2026 року буде застосовано Odoo (комплексна модульна ERP та CRM-система з відкритим кодом) під час викладання окремих ОК |
| Випускники та роботодавці ОП «Маркетинг» (результати опитування) | Посилити формування «м'яких» навичок (soft skills) Застосування сучасних методів навчання | Враховано при реалізації ОПП 2025 р., ОПП 2026 р. Під час викладання на ОП «Маркетинг» 2025/2026 н.р. застосовуються активні та інтерактивні методи: STAD, PRES-формула, брейнстормінг, кейс-метод, сторітелінг; методи ситуативного моделювання: імітація, рольові та ділові ігри, метод проєктів, тренінги, майстер-класи, технологія змішаного навчання, самонавчання, використовуючи інструменти електронного навчання, в якому впроваджено спеціальні інформаційно-комп'ютерні технології: система управління навчанням «MOODLE», освітні онлайн-платформи (Prometheus, Coursera, SendPulse: Єдина платформа для маркетингу та продажів / Google Digital Workshop, ВУМ-online тощо), онлайн-консультування тощо |