

Пропозиції щодо оновлення (удосконалення) освітньої програми за результатами громадського обговорення

освітня програма Маркетинг

вид освітньої програми (ОПП, ОНП) освітньо-професійна програма

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

рівень вищої освіти другий (магістерський)

гарант кандидат економічних наук, доцент Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

Частина ОП, в яку вносяться пропозиції	Підстави (згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ, пункт 5.4)	Пропозиції		Розгляд і затвердження змін ОП (згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ)
		фактичний стан	передбачається	
Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 1.8 «Передумови»	Ініціатива проектної групи	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста). Решта вимог визначаються правилами прийому ХНУ на освітньо-професійну програму магістра	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ
Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 1.9 «Мова(и) викладання»	Ініціатива проектної групи	Українська	Українська, англійська	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ
Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 2.1 «Мета освітньої програми»	Ініціатива проектної групи	Формування особистості фахівця, здатного розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог	Формування особистості фахівця, який володіє системними знаннями, фаховими компетентностями, інноваційним, креативним мисленням та здатен розв'язувати складні нестандартні задачі і проблеми в сфері маркетингу у процесі навчання та/або в професійній діяльності, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ

<p>Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 3.3 «Основний фокус освітньої програми»</p>	<p>Ініціатива проєктної групи</p>	<p>Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, конкуренція, маркетингові дослідження, стратегія, товар, ціна, розподіл, комунікації</p>	<p>Спеціальна освіта в галузі управління та адміністрування за спеціальністю 075 «Маркетинг», що передбачає формування фахових компетентностей та враховує специфіку роботи підприємств в сучасних умовах господарювання. Ключові слова: ринок, потреби споживача, маркетинг, конкуренція, маркетингові дослідження, інновації, стратегія, управління, Digital-маркетинг</p>	<p>Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ</p>
<p>Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 3.4 «Особливості програми»</p>	<p>Ініціатива проєктної групи</p>	<p>Підготовка висококваліфікованих фахівців у галузі маркетингу підприємств сфери торгівлі та послуг на основі інтеграції навчального процесу, виробничого процесу та науки із залученням провідних науковців, спеціалістів-практиків (професіоналів) та інших стейкхолдерів</p>	<p>Підготовка висококваліфікованих фахівців, які здатні успішно конкурувати у галузі маркетингу підприємств різних сфер діяльності та форм власності на основі принципів інноваційного розвитку та сучасних інформаційних технологій, а також інтеграції навчального та виробничого процесів із залученням спеціалістів-практиків (професіоналів) та інших стейкхолдерів</p>	<p>Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ</p>
<p>Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 4.1 «Придатність до працевлаштування»</p>	<p>Ініціатива проєктної групи</p>	<p>Випускник освітнього рівня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу спеціаліста і відповідно до Національного класифікатора України : Класифікатор професій (ДК 003: 2010. Редакція від 25.10.2021. Підстава – v0810930-21) займати первинну посаду за категоріями: 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва,</p>	<p>Випускник освітнього рівня магістр після успішного виконання освітньої програми здатен виконувати професійну роботу за Національним класифікатором професій ДК 003: 2010: 1233 Керівники підрозділів маркетингу (директор з маркетингу, директор комерційний, начальник відділу збуту (маркетингу), начальник комерційного відділу); 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю;</p>	<p>Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ</p>

		<p>інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Консультант з ефективності підприємництва; – Консультант з маркетингу; – Консультант з раціоналізації виробництва; – Професіонал з інноваційної діяльності; <ul style="list-style-type: none"> – Рекламист; – Фахівець з ефективності підприємництва; <p>– Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог);</p> <ul style="list-style-type: none"> – Фахівець з раціоналізації виробництва; <ul style="list-style-type: none"> – Фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; – Фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку. – Можливість навчання за програмою третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти. <p>Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти</p>	<p>1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки;</p> <p>1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління;</p> <p>1476.1 Менеджери (управителі) з реклами;</p> <p>2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності;</p> <p>2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність);</p> <p>2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності</p>	
<p>Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 8.1 «Кадрове забезпечення»</p>	<p>Ініціатива проектної групи</p>	<p>Доктори наук, професори – 2 особи (25%), кандидати наук, доценти – 6 осіб (75%).</p> <p>Всі викладачі мають рівень наукової та професійної активності, який засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог. Для організації зв'язку з реальним виробництвом до викладання деяких дисциплін залучаються фахівці з реального сектору маркетингу, торгівлі та послуг</p>	<p>Науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітній процес за освітньо-професійною програмою, відповідно до профілю і напряму дисциплін, що викладають, мають необхідний стаж педагогічної роботи, рівень їх наукової та професійної активності засвідчується виконанням не менше чотирьох видів та результатів ліцензійних вимог</p>	<p>Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ</p>
<p>Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 9.1 «Національна кредитна мобільність»</p>	<p>Ініціатива проектної групи</p>	<p>На основі двосторонніх договорів між ХНУ та закладами вищої освіти України:</p> <p>Хмельницький університет економіки і підприємництва;</p>	<p>На основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та закладами вищої освіти України, зокрема:</p>	<p>Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно</p>

		Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут; Херсонський національний технічний університет; Національний університет «Львівська політехніка»	Державна установа «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»; Дніпровський державний аграрно-економічний університет; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця; Рівненський державний гуманітарний університет; Черкаський державний технологічний університет; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут». Наданий перелік пропозицій національної мобільності не є вичерпним та постійно оновлюється	Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ
Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 9.2 «Міжнародна кредитна мобільність»	Ініціатива проектної групи	Програми Подвійного Диплому із навчальними закладами Польщі: Краківською політехнікою ім. Т.Костюшка, www.pk.edu.pl Люблінським технічним університетом, www.pollub.pl/ Свентокшиською політехнікою в Кельцах. www.tu.kielce.pl	На основі двосторонніх договорів між Хмельницьким національним університетом та зарубіжними закладами вищої освіти	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ
Розділ 1. «Профіль освітньої програми зі спеціальності» Параграф 9.3 «Навчання іноземних здобувачів вищої освіти»	Ініціатива проектної групи	Не здійснюється	Можливе у відповідності до норм чинного законодавства на загальних умовах з додатковою мовною підготовкою	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ
Розділ 2. «Перелік компонентів ОП та їх логічна послідовність» Параграф 2.1 «Перелік компонент освітньої програми»	Ініціатива проектної групи, д.е.н., проф. кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету Олега Кузьмака	Обов'язковий ОК: ОПП.1 Маркетинг інновацій	Обов'язковий ОК: ОПП.1 Інноваційний маркетинг	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ

Розділ 2. «Перелік компонентів ОП та їх логічна послідовність» Параграф 2.1 «Перелік компонент освітньої програми»	Ініціатива проєктної групи, президента Хмельницької торгово-промислової палати Наталії Беякової, д.е.н., проф. кафедри маркетингу Луцького національного технічного університету Олега Кузьмака	Обов'язковий ОК: ОПП.3 Стратегічний маркетинг (5 кредитів, 1 семестр, іспит, КР)	Обов'язковий ОК: ОПП.5 Стратегічний маркетинг (6 кредитів, 2 семестр, іспит, КР)	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ
Розділ 2. «Перелік компонентів ОП та їх логічна послідовність» Параграф 2.1 «Перелік компонент освітньої програми»	Ініціатива проєктної групи, здобувачів вищої освіти Вікторії Ванат та Дмитра Буньо	Обов'язковий ОК: ОПП.5 Менеджмент он-лайн продаж (6 кредитів, 2 семестр, іспит, КР)	Обов'язковий ОК: ОПП.3 Менеджмент он-лайн продаж (5 кредитів, 1 семестр, іспит)	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ
Розділ 2. «Перелік компонентів ОП та їх логічна послідовність» Параграф 2.1 «Перелік компонент освітньої програми»	Ініціатива проєктної групи, проректора Хмельницького університету економіки і підприємництва Віталія Нянька	Переддипломна практика – 15 кредитів. Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) – 15 кредитів	Переддипломна практика – 12 кредитів. Кваліфікаційна робота (Дипломна робота) – 18 кредитів	Враховано: вноситься до ОП, затверджується Вченою радою ХНУ після позитивного рішення на засіданні кафедри маркетингу та інших структурних підрозділів ХНУ згідно Положення про ОП підготовки здобувачів вищої освіти ХНУ

Гарант освітньої програми, кандидат економічних наук, доцент

Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол № 8 від 9 березня 2023 року

В.о. завідувача кафедри маркетингу

Анатолій ТЕЛЬНОВ