

ТАБЛИЦЯ

пропозицій стейкхолдерів та членів робочої групи до освітньо-професійної програми Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D 5 Маркетинг Уманського національного університету, 2026 р.

Ініціатор пропозиції	Зміст пропозиції	Обґрунтування пропозиції	Відповідь на пропозицію
Харенко А.О., к.е.н., доцент (гарант ОПП)	Відповідно до рекомендацій проректора з науково-педагогічної роботи УНУ привести розподіл навчального навантаження у розрізі семестрів до показника 30 кредитів	Дозволить уникнути надмірного перевантаження здобувачів освіти в окремих семестрах, сприятиме раціональному поєднанню аудиторної та самостійної роботи, а також створює більш сприятливі умови для якісного засвоєння ОК і формуванню передбачених програмою компетентностей та результатів навчання. Крім того, уніфікація семестрового навантаження має організаційні переваги, зокрема спрощує планування освітнього процесу, підвищує прозорість структури навчального плану та полегшує процедури академічного визнання результатів навчання. Це особливо важливо в умовах оновлення освітніх програм і гармонізації їх структури відповідно до сучасних вимог системи вищої освіти.	Пропозицію враховано
Харенко А.О., к.е.н., доцент (гарант ОПП)	Ввести до переліку обов'язкових освітніх компонентів дисципліну «Основи національного супротиву». Обсяг 5 кредитів.	На виконання положень Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо окремих питань підготовки громадян до національного спротиву»	Пропозицію враховано
Пенькова О.Г., д.е.н., професор, член проєктної групи ОП	В зв'язку з рішенням адміністрації університету ввести обов'язкову освітню компоненту «Університетський навігатор» на 1 семестр	Є доцільним з огляду на необхідність їхньої швидкої та успішної адаптації до освітнього середовища закладу вищої освіти. Дисципліна має забезпечити системне ознайомлення студентів з історією та традиціями університету, його структурою і локаціями, електронними ресурсами та сервісами, особливостями організації освітнього процесу, а також змістом і перспективами обраної спеціальності. Її запровадження сприятиме формуванню у першокурсників навичок орієнтації в університетському середовищі, усвідомленню власної освітньої та професійної траєкторії, активнішому залученню до університетського життя та посиленню відчуття належності до університетської спільноти.	Пропозицію враховано

Дрига А.С., менеджер з продуктового маркетингу преміум-брендів ТОВ «ВІННЕР ІМПОРТС УКРАЇНА, ЛТД», член проєктної групи ОП	Ввести до переліку обов'язкових освітніх компонентів дисципліну «Етика та соціальна відповідальність у маркетинговій діяльності» на 3 семестр	Програмні результати навчання передбачають соціально відповідальну діяльність маркетолога та дотримання етичних принципів (ПРН15, ПРН18). Наявні дисципліни лише частково формують ці компетентності, тому введення окремої ОК забезпечить системне формування етичного мислення майбутніх фахівців.	Пропозицію враховано
Семенда О.В., к.е.н., доцент	Перенести дисципліну «Логістика» з 5-го на 6-й семестр	Відповідно до структурно-логічної схеми ОП, ОК «Логістика» потребує попереднього засвоєння дисциплін «Економічний аналіз» та маркетингових інструментів. Перенесення покращить логіку формування професійних компетентностей і міждисциплінарні зв'язки.	Пропозицію враховано
Бабій М.М., керівник аграрного напрямку ГК Alebor Group, роботодавець	Розширити вибірковий блок дисципліною «Маркетингова аналітика та робота з даними»	У програмних результатах навчання передбачено аналіз даних та обґрунтування управлінських рішень (ПРН4, ПРН7), однак у вибіркового каталозі відсутня дисципліна, що системно формує data-skills. Запровадження курсу відповідає цифровізації маркетингу.	Пропозицію не враховано
Бринько А.М., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, член проєктної групи ОП	Запровадити вибіркову дисципліну «Контент-маркетинг та digital-стратегії бренду»	Попри наявність ОК «Інтернет-маркетинг» та «Цифровий маркетинг», відсутній курс зі стратегічного управління контентом і брендовими комунікаціями. Дисципліна посилить практичну складову професійної підготовки та працевлаштовуваність випускників.	Пропозицію не враховано
Клименко В.О., менеджер відділу по роботі з ключовими клієнтами Corteva Agriscience, роботодавець	Запровадити вибіркову дисципліну «Маркетинг стартапів та підприємницьких проєктів»	ОП орієнтована на розвиток підприємницької ініціативи, однак окремий курс із маркетингу стартапів відсутній. Дисципліна інтегрує знання з підприємництва, інноваційного маркетингу та проєктної діяльності.	Пропозицію враховано
Лементовська В.А., к.е.н., доцент, член проєктної групи ОП	Замінити ОК «Правознавство» на ОК «Основи права та демократії»	Заміна ОК «Правознавство» на ОК «Основи права та демократії» доцільна з метою посилення відповідності змісту загальної підготовки компетентнісній моделі ОПП «Маркетинг». Така зміна дозволить розширити традиційну правову підготовку здобувачів питаннями функціонування демократичного суспільства, верховенства права, прав і свобод людини, громадянської свідомості та соціальної відповідальності. ОК «Основи права та демократії» більш повно відповідатиме змісту ЗК1 та ЗК14, а також сприятиме досягненню ПРН 15 і ПРН 18, поєднуючи формування правової грамотності з	Пропозицію враховано

		розумінням демократичних цінностей і принципів відповідальної участі у суспільному та професійному житті. Це сприятиме посиленню узгодженості між змістом освітньої компоненти та компетентнісно-результативною складовою ОПП.	
Лементовська В.А., к.е.н., доцент, член проєктної групи ОП	Обмежити вивчення дисципліни «Іноземна мова» 1 і 2 семестрами (всього вісім кредитів), а на 3-4 семестри ввести дисципліну «Професійна комунікація іноземною мовою» (всього 4 кредити)	Такий розподіл забезпечує послідовність мовної підготовки: спочатку закріплюються базові іншомовні компетентності, а надалі вони застосовуються у професійних і ділових ситуаціях. Запропонований підхід дає змогу інтегрувати іншомовну підготовку зі змістом фахових дисциплін, зосередивши увагу на професійній термінології, роботі з фаховими джерелами, діловому листуванні, презентаціях та професійному спілкуванні. Водночас загальний обсяг іншомовної підготовки зберігається (12 кредитів ЄКТС), але її зміст стає більш практикоорієнтованим і відповідним майбутній професійній діяльності.	Пропозицію враховано
Галайко В.О., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,	Ввести до каталогу вибіркових дисциплін ВК «Фінанси аграрних підприємств»	Є доцільним з огляду на аграрну спрямованість освітньої програми «Маркетинг», яка передбачає поглиблене вивчення специфіки маркетингової діяльності в аграрній сфері. Дисципліна доповнить фахову підготовку студентів фінансовою складовою, необхідною для розуміння формування доходів, витрат і прибутку аграрних підприємств, оцінювання фінансових наслідків маркетингових рішень, управління фінансовими ресурсами та врахування специфічних для аграрного бізнесу ризиків. Її вивчення сприятиме формуванню комплексного підходу до прийняття маркетингових та управлінських рішень і посилить практичну орієнтацію підготовки маркетологів для аграрної сфери.	Пропозицію враховано