

ТАБЛИЦЯ
пропозицій стейкхолдерів та членів робочої групи
до освітньо-професійної програми Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг Уманського національного університету садівництва, 2023 р.

Ініціатор пропозиції	Зміст пропозиції	Обґрунтування пропозиції	Відповідь на пропозицію
Пенькова О.Г., д.е.н., професор, гарант ОП	Збільшити тривалість проходження виробничої (переддипломної) практики	Збільшення тривалості практики дозволить студентам більш комплексно зрозуміти повний цикл маркетингових процесів, від планування до реалізації та оцінки результатів в умовах реальних бізнес-процесів, а також дозволить студентам встановити цінні професійні контакти, які можуть сприяти майбутньому працевлаштуванню.	Пропозицію враховано (протокол № 1 від 28.11.2022р.) В проєкті ОП на 2023 р. збільшено тривалість проходження виробничої (переддипломної) практики на три кредити
Харенко А.О., к.е.н., доцент, член проєктної групи	Видалити з навчального плану курсову роботу з ОК «Маркетинговий менеджмент»	Аналіз фактичних даних щодо особливостей організації та управління маркетинговою діяльністю господарюючого суб'єкта здобувачі проводять під час виробничої (переддипломної) практики у 2-му семестрі і основні аспекти даних процесів відображені у звітах з виробничої практики	Пропозицію враховано (протокол № 2 від 02.02.2023р.) В ОП на 2023 р. видалено з навчального плану курсову роботу з ОК «Маркетинговий менеджмент»
Косменюк О.М., директор ПП «ЕнергоСервіс ДСК»	Змінити послідовність вивчення здобувачами обов'язкових компонентів «Цифровий маркетинг» та	Вивчення ОК «Цифровий маркетинг» передбачає набуття здобувачами необхідних знань та навичок просування в мережі «Інтернет» товарів та послуг. ОК «Рекламний менеджмент» формує здатність обирати і застосовувати комплекс ефективних засобів управління рекламною діяльністю ринкового суб'єкта в цілому	Пропозицію враховано (протокол № 2 від 02.02.2023р.) В ОП на 2023 р. вивчення ОК «Цифровий маркетинг» перенесено на другий семестр, ОК «Рекламний менеджмент» на третій семестр

	«Рекламний менеджмент»		
Власенко В.О., член проєктної групи, директор ТОВ «Влас-агро»	Об'єднати ОК «Маркетинговий менеджмент» із ОК «Стратегічний маркетинг»	ОК «Маркетинговий менеджмент» та ОК «Стратегічний маркетинг» формують схожі комплектності та результати навчання. Об'єднання цих дисциплін дозволить здобувачам сформувати комплексне бачення процесів управління маркетинговою діяльністю на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях	Пропозицію не враховано (протокол № 2 від 02.02.2023р.) В ОП на 2023 р. залишити ОК «Маркетинговий менеджмент» та ОК «Стратегічний маркетинг»
Бутко Н.В., к.е.н., доцент, Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького	Збільшити обсяг кредитів на вивчення ОК «Аграрний маркетинг» і ОК «Міжнародний маркетинг»	В умовах підвищення ролі аграрного сектора економіки та з урахуванням особливостей ОП здобувачам необхідно мати поглиблені знання з технологій просування агропродукції на внутрішніх і зовнішніх ринках	Пропозицію частково враховано (протокол № 2 від 02.02.2023р.) В ОП на 2024 р. збільшено обсяг кредитів на вивчення ОК «Міжнародний маркетинг» на один кредит. Обсяг кредитів на ОК «Аграрний маркетинг» залишено без змін
Махотіна О.О., здобувач освіти	Збільшити кількість аудиторних практичних занять з ОК «Цифровий маркетинг»	Затребуваність на ринку праці компетентностей, що формує ОК «Цифровий маркетинг»	Пропозицію враховано (протокол № 2 від 01.02.2024р.) В навчальному плані ОП на 2024 р. збільшено кількість аудиторних практичних занять з ОК «Цифровий маркетинг»

Кивгила А.І., член проєктної групи, здобувач освіти	Збільшити обсяг кредитів на вивчення ОК «Міжнародний маркетинг»	Затребуваність на ринку праці компетентностей, що формує ОК «Міжнародний маркетинг»	Пропозицію враховано (протокол № 2 від 02.02.2023р.) В ОП на 2024 р. збільшено обсяг кредитів на вивчення ОК «Міжнародний маркетинг» на один кредит
---	---	---	--