

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ**  
**УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені ДМИТРА МОТОРНОГО**

---

**ПРОТОКОЛ**

10 березня 2020 р.

м. Мелітополь

№4

Щодо обговорення освітніх програм за спеціальністю «Маркетинг»  
Засідання робочої програми

Гарант ОП: д.е.н., професор Д.Г.ЛЕГЕЗА

Секретар засідання: к.е.н., доцент Т.В. АРЕСТЕНКО

Присутні: Т.В. АРЕСТЕНКО, А.С. КОНОВАЛЕНКО, Т.В. КУЛШЦ,  
Д.Г. ЛЕГЕЗА, Я.С. СОКІЛ, Н.О ШКВИРЯ.

**Порядок денний:**

1. Про зміну та коригування сутності та наповненості ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти відповідно до рекомендацій та пропозицій, що були надані на засіданні студентського самоврядування.

2. Про зміну та коригування сутності та наповненості ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти відповідно до рекомендацій та пропозицій, що були надані на круглому столі роботодавців та випускників.

3. Про зміну та коригування сутності та наповненості ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти відповідно до рекомендацій та пропозицій, що були надані на засіданні академічної спільноти.

1. СЛУХАЛИ: гаранта ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти, д.е.н., професора ЛЕГЕЗУ Д.Г. про зміну та коригування сутності та наповненості ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти



відповідно до рекомендацій та пропозицій, що були надані на засіданні студентського самоврядування.

ВИСТУПИЛИ: к.е.н, доцент Т.В. КУЛШІ, к.е.н, доцент А.С КОНОВАЛЕНКО

ВИРІШИЛИ:

1.1. Відповідно до внесеної пропозиції щодо включення компетенції, що формують навички з управління маркетинговою діяльністю та інноваційними процесами передбачити в ОП наступну фахову компетенцію «Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність та ефективність її функціонування» та результат навчання «Вміти виокремлювати науково-практичні задачі дослідження та методології маркетингу, а також загальнонаукових та спеціальних методів дослідження».

1.2. Відповідно до внесеної пропозиції щодо розширення переліку компетенцій, які стосуються запровадження маркетингової діяльності в малому бізнесі та підприємстві включити у вибіркочу складову minor «Підприємництво, біржова діяльність та торгівля».

1.3. Відповідно до внесеної пропозиції щодо розширення переліку вибіркових дисциплін, що формують компетенції з аналізу глобального ринку включити у вибіркочу складову minor «Економіка».

2. СЛУХАЛИ: гаранта ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти, д.е.н., професора ЛЕГЕЗУ Д.Г. про зміну та коригування сутності та наповненості ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти відповідно до рекомендацій та пропозицій, що були надані на засіданні роботодавців та випускників.

ВИСТУПИЛИ: к.е.н., доцент Я.С. СОКІЛ, к.е.н., доцент Н.О. ШКВИРЯ

ВИРІШИЛИ:

2.1. Відповідно до внесеної пропозиції А.О. БЛЮМСЬКОЇ щодо включення переліку посад, що стосуються менеджменту та управління маркетинговою діяльністю внести корективи в ОП та додати наступні посади: «1475 – менеджер (управитель) з маркетингу», «1476.1 – менеджер (управитель) з реклами», «1475.4 – менеджер (управитель) із збуту».



2.2. Відповідно до внесеної рекомендації І.Ю. КАПНОСА щодо коригування фокусу програми у бік відповідності місії університету про виховання та навчання спеціалістів в аграрній галузі внести корективи в ОП наступним чином: Основний фокус освітньої програми та спеціалізації відбувається на сучасних знаннях в маркетингу у сфері аграрного бізнесу.

2.3. Відповідно до внесеної пропозиції О.Ю.ЄРМАКА та Д.С. СТУКАЛА щодо вмінь та навичок формувати комплексну маркетингову систему на підприємстві та мати практичний досвід в управлінні маркетинговими процесами на підприємстві додати в ОП фахову компетенцію «Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу» та посилити вказаними навичками програму проходження виробничої практики.

3. СЛУХАЛИ: гаранта ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти, д.е.н., професора ЛЕГЕЗУ Д.Г. про зміну та коригування сутності та наповненості ОП «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем освіти відповідно до рекомендацій та пропозицій, що були надані на засіданні академічної спільноти.

ВИСТУПИЛИ: к.е.н., доцент Т.В. АРЕСТЕНКО, к.е.н., доцент Н.О. ШКВИРЯ.

ВИРІШИЛИ:

3.1. Відповідно до внесених пропозицій В.Я. МЕСЕЛЬ-ВЕСЕЛЯКА, І.М. БУДНІКЕВИЧ та К.Г. РУДЕНКО щодо включення компонент, які передбачають здобуття навичок науковця внести в ОП наступні компетенції «Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу» та «Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу» та додати програмний результат навчання «Вміти відокремлювати науково-практичні задачі дослідження та вирішувати їх із використанням, положень, теорій та методології з маркетингу». Викладачу освітньої компоненти «Методологія наукових досліджень» передбачити відповідні теми щодо оволодіння зазначеними компетенціями та результатами навчання.



3.2. Відповідно до внесеної пропозиції У.К. КЕРІМОВОЇ щодо запровадження практики академічної мобільності студентів передбачити у навчальному процесі вивчення окремих тем та модулів у Казахському національному університеті відповідно до діючого договору про співпрацю.

3.3. Відповідно до внесеної пропозиції М.О. ЛИШЕНКО посилити перелік компетенцій та результатів навчання щодо вмінь використовувати інноваційні підходи до організації маркетингової діяльності включити в ОП наступні результати навчання: «Володіти сучасними інноваційними технологіями у сфері маркетингу із застосуванням програмного забезпечення та застосовувати сучасні інноваційні підходи аналізу маркетингової діяльності» та «Використовувати на практиці інноваційні види маркетингу (нейромаркетинг, соціальний маркетинг, когнітивний маркетинг, тощо).

Гарант ОП, д.е.н., професор



Д.Г. ЛЕГЕЗА

Секретар засідання

Т.В. АРЕСТЕНКО