Узагальнення пропозицій та зауважень стейкхолдерів Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» на освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Період громадського обговорення освітньої програми – з 18.03.2022 р. по 18.04.2022 р.

http://puet.edu.ua/sites/default/files/pr-oop22-mrk-b.pdf

Категорія стейкхолдерів	Прізвище, ім'я, по батькові	Місце роботи (навчання)	Зміст пропозиції (-й) та її (їх) обґрунтування	Примітка про врахування / неврахування
Представник роботодавців	Омельяненко Владислав Юрійович	Директор ТОВ «Новекс Інвест»	Поглибити підготовку здобувачів на ОП відповідно до вимог ринку в післявоєнних умовах, які включатимуть відбудову цивільної інфраструктури зруйнованих міст з метою підвищення рівня якості надання будівельних послуг	**Пропозицію враховано** До навчального плану введено ОК «Маркетинг будівельної галузі» та ОК «Маркетинг територій»
Представник роботодавців	Костенко Алла Олексіївна	Виконавчий директор ТОВ «KONSORT»	Поглибити підготовку здобувачів на ОП в напрямі пошуку та залученні додаткових фінансових ресурсів закордонних інвесторів в умовах післявоєнної відбудови країни	**Пропозицію враховано** Введено обов'язкову ОК циклу професійної підготовки «Маркетинг венчурного ринку»
Здобувач вищої освіти	Аршученко Валентина Андріївна	Здобувач початкового рівня вищої освіти за ОПП «Маркетинг», М мб - 21	Збільшити обсяг ОК «Маркетингові дослідження» та поглибити вивчення сучасних методів маркетингових досліджень, які активно використовуються сучасними підприємствами	**Пропозицію враховано** Збільшено обсяг кредитів за ОК «Маркетингові дослідження» з 5 кредитів ЄКТС до 7 з відповідними змінами у тематичному плані навчальної дисципліни
Академічна спільнота	Савицька Наталія Леонідівна	Завідувачка кафедри маркетингу та медіакомунікацій Державного біотехнологічного університету,д.е.н., професор	Доцільне викладання ОК «Маркетинг» замість ОК «Основи маркетингу», які більше відповідає рівню фахової вищої підготовки, натомість, «Основи маркетингу» відповідає рівню фахової передвищої підготовки та поглиблення її вивченням відповідно до вимог ринку	**Пропозицію враховано** Замість ОК «Основи маркетингу» (6 кредитів ЄКТС) введено ОК «Маркетинг» (7 кредитів ЄКТС) із внесенням змін у тематичний план навчальної дисципліни

Випускник програми	Мостовенко Наталія Олексіївна	Випускниця спеціальності «Маркетинг» ПУЕТ (2015), власниця комунікаційної агенції «Meteam» та партнер дизайнстудії «Mostodesign»	Переглянути перелік ОК рекламного змісту та зменшити їх кількість у ОП, оскільки такі ОК, як «Бренд-менеджмент», «Рекламний бізнес», «Управління рекламною діяльністю», «Маркетингові комунікації» передбачають підготовку фахівців з реклами, а метою ОП є підготовка фахівців саме з маркетинг. Можливо доцільним є відкриття магістерської програми з рекламного менеджменту, а не вирішення цих питань на бакалаврському рівні	**Пропозицію враховано** Виведено ОК «Бренд-менеджмент», «Рекламний бізнес», «Управління рекламною діяльність» та запропоновано ОК «Рекламний бізнес» як вибіркову для здобувачів вищої освіти на 4 курсі.