

ПРОТОКОЛ № 2

засідання навчально-методичної комісії за спеціальністю «Маркетинг» від 26 лютого 2019 року.

ПРИСУТНІ: Поперечний С. І., завідувач кафедри маркетингу; Бабич Л. В. доцент кафедри маркетингу; Сендецька С. В., доцент кафедри маркетингу; Стефанишин І. М., радник директора оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шувар»; Лютко О.В., студентка факультету економіки та менеджменту спеціальності «Маркетинг».

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Розгляд проектів освітньо-професійних програм за спеціальністю «Маркетинг» зі ступенями вищої освіти бакалавр та магістр.
2. Розгляд запропонованих вибіркових дисциплін для розробки каталогу .
3. Розгляд орієнтовних рекомендованих тем кваліфікаційних магістерських робіт.

1. СЛУХАЛИ Поперечного С. І., який представив розроблені проекти освітніх програм за спеціальністю «Маркетинг» зі ступенями вищої освіти бакалавр та магістр. Вказав на відмінність цих програм від програм, створених і затверджених у минулому році. Зазначив, що стандарт вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» зі ступенем вищої освіти магістр не затверджено. Тому зміст освітньої програми сформовано з урахуванням досвіду підготовки фахівців, положень Національної рамки кваліфікацій та існуючого проекту стандарту. Для визначення переліку обов'язкових дисциплін до уваги брались і результати анкетування здобувачів вищої освіти та випускників.

ВИСТУПИЛИ Стефанишин І. М., Сендецька С. В., Лютко О.В. Доповідачі відзначили неприйнятність крайніх підходів. Якщо не оновлювати освітні програми і визначені ними компоненти, вважаючи існуючі програми належними, зміст цих програм не відобразатиме реальні процеси в сфері аграрного маркетингу і вимог роботодавців до випускників університету. Другою крайністю є реагування на випадкові заяви і пропозиції та щорічна заміна чуть не усіх дисциплін Бабич Л. В. повідомила, що у проекті освітньо-професійної програми підготовки за першим (бакалаврським) рівнем порівно з програмою, затвердженою у попередньому році, обсяги навчального часу на обов'язкові компоненти скорочено з 166 до 163 кредитів. Запропоновано вивчення обов'язкової дисципліни «Екологія», оскільки у даний час вона

вивчається як окремий модуль дисципліни «Регіональна економіка». Пропозиції щодо удосконалення освітньо-професійної програми за другим (магістерським) рівнем надходять від студентів та випускників за результатами їх анкетування. Поширена пропозиція – проходження дослідницько-аналітичної практики за кордоном. В академічному середовищі дискутується доцільність включення до освітньої програми дисциплін «Цивільний захист» та «Охорона праці в галузі»

УХВАЛИЛИ рекомендувати проекти освітніх програм розмістити на сайті університету для обговорення.

2. СЛУХАЛИ доц. Бабич Л. В., яка представила запропоновані анотації дисциплін вільного вибору студентів для розробки і використання відповідного каталогу. Повідомила, що інформація щодо розробки та подання відповідних анотацій доведена усім науково-педагогічним працівникам. При цьому пропонувалось зміст запропонованої кожним працівником вибіркової дисципліни формувати з урахуванням напрямку та результатів його наукових досліджень. Для забезпечення належної вибіркової запропонувала не вилучати жодної із запропонованих дисциплін.

УХВАЛИЛИ рекомендувати запропонований каталог для оприлюднення на сайті університету і використання для вибору дисциплін здобувачами вищої освіти.

Для здобувачів бакалаврського рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» рекомендувати такий перелік вибірових дисциплін:

1. Економіка природокористування
2. Економіка природних ресурсів
3. Інвайронментальна економіка
4. Екологічний маркетинг
5. Екологічне підприємництво
6. Аграрна політика
7. Міжнародний агробізнес
8. Економіка малого підприємництва
9. Комунікативні процеси у навчанні
10. Педагогіка та освітні комунікації
11. Теорія і практика англійського економічного перекладу
12. Страхування
13. Оподаткування діяльності сільськогосподарських підприємств
14. Венчурний бізнес
15. Економічний аналіз

16. Аналіз господарської діяльності підприємств
17. Прогнозування соціально-економічних явищ
18. Машинна обробка маркетингової інформації
19. Економіка і організація заготівель та реалізації сільськогосподарської продукції
20. Управління конкурентоспроможністю підприємства
21. Франчайзингове підприємництво
22. Трансфер технологій в аграрній сфері
23. Методика викладання економіки
24. Соціально-економічна англійська лексика
25. Організація виробництва у сільськогосподарських підприємствах
26. Планування діяльності підприємства
27. Державна регуляторна політика у аграрному секторі економіки
28. Організація виробництва на підприємствах м'ясо-молочної промисловості
29. Бюджетування діяльності суб'єктів господарювання
30. Організація оптової торгівлі
31. Інфраструктура аграрного ринку
32. Торговельне підприємництво
33. Міжнародна економічна діяльність України
34. Економіка і організація обслуговуючих кооперативів у сільському господарстві
35. Економіка сільських територій
36. Міжнародний бізнес
37. Інвестування
38. Міжнародна інвестиційна діяльність
39. Інноватика
40. Комерційна діяльність посередницьких підприємств
41. Організація роздрібною торгівлі
42. Міжнародна торгівля
43. Маркетинг закупівель
44. Маркетингове планування
45. Маркетинговий аудит
46. Біржі та біржова діяльність
47. Організація аукціонів і ярмарок
48. Організація виставкової діяльності
49. Управління продажами
50. Інформаційні системи і технології маркетингу
51. Математичні методи в ринковій економіці

- 52.Транспортні системи та складське господарство
- 53.Міжнародний маркетинг
- 54.Бенчмаркінг
- 55.Міжнародні бізнес-комунікації
- 56.Ділова іноземна мова
- 57.Цифровий маркетинг
- 58.Прямий маркетинг
- 59.Товарознавство
60. Психологія діяльності та навчальний менеджмент.
61. Комунікативні процеси у навчанні.
62. Методика викладання економіки.

Для здобувачів магістерського рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» рекомендувати такий перелік вибіркових дисциплін:

1. Глобальна економіка
2. Глобальні стратегії економічного розвитку
3. Механізм функціонування світових ринків сільськогосподарської продукції
4. Венчурний бізнес
5. Бренд-менеджмент
6. Економічна безпека бізнесу
7. Інноваційна аналітика господарської діяльності
8. Стратегічний аналіз бізнес середовища
9. Інтернет-торгівля
10. Міжнародні канали розподілу
11. Франчайзингове підприємництво
12. Фінансовий менеджмент
13. Комунікативний менеджмент
14. Організаційна поведінка
15. Логістичний менеджмент
16. Public relations
17. Бенчмаркінг
18. Рекламний креатив
19. Медіапланування
20. Основи мерчандайзингу
21. Проектний аналіз
22. Стартап проектування
23. Цифровий маркетинг
24. Цивільний захист та охорона праці в галузі
25. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства

26. Методи прогнозування в маркетингових дослідженнях

3. СЛУХАЛИ Поперечного С. І., який представив підготовлені рекомендовані теми кваліфікаційних робіт для здобуття вищої освіти за другим (магістерським) рівнем. Повідомив, що кваліфікаційні роботи за погодженням з кафедрою маркетингу можуть виконуватись і на теми, які виходять за межі рекомендованих. Як правило успішні учасники студентського наукового гуртка виконують кваліфікаційні роботи на теми, пов'язанні з проблематикою їх наукових досліджень.

УХВАЛИЛИ рекомендувати запропоновані теми для оформлення та виконання кваліфікаційних робіт здобувачами за другим (магістерським) рівнем вищої освіти.

Голова засідання



Поперечний С. І.

Секретар



Бабич Л. В.