

Витяг з протоколу №2
засідання кафедри маркетингу
від 2 вересня 2022 р.

Завідувач кафедри: проф. Майовець Є.Й.

Секретар засідання: Івануса І.Б.

Присутні: доц. Городняк І.В., доц. Сохецька А.В., доц. Кушнір Т.М., доц. Кузик О.В., доц. Гнилякевич-Проць І.З., доц. Зіньцьо Ю.В., доц. Врублевська О.В., доц. Бортнік Н.В.

СЛУХАЛИ: Про результати опитування здобувачів та Про розробку проекту Освітньої програми магістра на 2023 рік.

ВИСТУПИЛИ: **Гарант Освітньої програми магістра зі спеціальності 075 Маркетинг проф. Майовець Є.Й.** нагадав, що минулого навчального року проводились ґрунтовні консультації та планувалось оновлення Освітньої програми магістра, однак в силу невизначеності, пов'язаної із військовою агресією російської федерації рішення про оновлення ОП було відкладене на наступний навчальний рік. Планується відновлення роботи щодо проведення консультацій із оновлення ОП. Євген Йосифович поінформував, що Центром моніторингу ЛНУ імені Івана Франка було проведено опитування здобувачів щодо якості освітньо-професійної програми «Маркетинг», з результатами якого всі викладачі мали змогу ознайомитись, також звіт про результати опитування розміщений для публічного доступу на сторінці Освітньої програми на сайті економічного факультету. Євген Йосифович звернувся до присутніх з міркуваннями за результатами ознайомлення зі звітом про результати опитувань.

Доц. Кушнір Т.М. звернув увагу на позитивні відгуки студентів на Освітню програму в контексті оцінки організації освітнього процесу, рівня засвоєння компетентностей, матеріальним забезпеченням, практикою, атмосферою, психологічним кліматом тощо. Тарас Михайлович також відзначив рекомендації студентів щодо необхідності глибшого розгляду інструментів інтернет-маркетингу, тому, вочевидь, є сенс суттєво переглянути та підсилити змістову складову вибіркового ОК «Інтернет-маркетинг» та «Онлайн-комунікації в маркетингу».

Доц. Кузик О.В. звернув увагу на другий блок результатів опитування та відзначив, що значна частина здобувачів наголошує на середньому та вище середнього рівнях оволодіння компетенцією «Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу». Для посилення цієї компетенції в проекті ОП 2022 року було запропоновано такі ОК як «Управління продажами», «Мерчандайзинг», «Логістика на продовольчих ринках». Щодо підсилення компетентності «Здатність розробляти і реалізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта

та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних в'язків» важливу роль має відіграти ОК «Маркетингові стратегії на продовольчих ринках».

Доц. Гнилякевич-Проць І.З. звернула увагу на доволі високий відсоток здобувачів, які позначають рівень оволодіння компетенцією «Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу» як середній. Так виглядає, що існуючі освітні компоненти повністю не вирішують проблеми поглиблення знань із методології проведення маркетингових досліджень. Вочевидь, проблема з тими здобувачами, які не навчались на Освітній програмі бакалавра, де є ґрунтова навчальна дисципліна «Маркетингові дослідження», на ОП магістра освітніх компонент, які би «покривали» здатність до проведення досліджень та інтерпретації їх результатів недостатньо. Включення у вибірккову частину ОК «Маркетингові дослідження ринку продовольчих товарів» безумовно трохи вирішить проблему, однак, така ОК є чіткого галузевого спрямування, а, очевидно, існує необхідність навчальної дисципліни більш загального, методологічного характеру.

Проф. Майовець Є.Й. зазначив, що на деяких освітніх програмах економічного факультету, а також на окремих ОП зі спеціальності 075 «Маркетинг» у вітчизняних вузах викладається дисципліна «Методологія наукових досліджень в маркетингу», зокрема така ОК зустрічається в ОП Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, Університету імені Альфреда Нобеля тощо. Можливо, що для вирішення означеної проблеми включення такої освітньої компоненти до обов'язкової частини Освітньої програми магістра, буде цілком доречним.

УХВАЛИЛИ: Включити до нормативних навчальних дисциплін циклу професійної та практичної підготовки проекту Освітньої програми магістра на 2023 рік включити навчальну дисципліну «Методологія наукових досліджень в маркетингу» та продовжити консультації із стейкхолдерами з приводу подальшої адаптації проекту ОП до галузевого, регіонального контексту та актуальних вимог ринку праці.

Завідувач кафедри маркетингу  проф. Майовець Є.Й.

Секретар



Івануса І.Б.