Таблиця громадського обговорення освітньо-професійної програми
«Маркетинг» у 2025 році
Ступінь вищої освіти – **бакалавр**
Галузь знань – **D Бізнес, адміністрування та право**
Спеціальність – **D5 маркетинг**
Освітня кваліфікація – **бакалавр маркетингу**
Дата затвердження попередньої редакції ОПП 26.04.2024 р.

ПІБ стейкхолдера	Категорія (НПП, роботодавець, здобувач вищої освіти, випускник)	Науковий ступінь, вчене звання, посада (місце роботи)	Зміст пропозиції чи зауваження	Інформація про врахування
Ірина ЛИЛИК	фахова професійна асоціація	Президента ГО «Українська асоціація маркетингу», представник ESOMAR в Україні 2005-2016 р., канд. екон. наук, доцент	Рекомендуємо переглянути послідовність вивчення освітніх компонентів, забезпечивши проведення практики після відповідної теоретичної підготовки. Пропонуємо уточнити назву освітнього компонента «Маркетингові дослідження у цифровому середовищі» та змінити його на «Навчальна практика з маркетингових досліджень».	Пропозицію враховано. ОК «Навчальна практика з маркетингових досліджень» внесена в ОПП.
Лариса СТРАШИНСЬКА	НПП	Професор кафедри маркетингу, Національного університету харчових технологій МОН	Запропоновано розглянути можливість заміни освітнього компонента «Фінанси, гроші та кредит» на «Фінанси підприємства». Доцільність	Пропозицію враховано. У ОПП внесено ОК «Фінанси підприємства»

		України, док. екон. наук, професор	такої заміни зумовлена тим, що «Фінанси, гроші та кредит» має переважно загальноекономічне спрямування та зосереджується на функціонуванні фінансової, грошової і кредитної систем, тоді як для майбутніх маркетологів важливішими є прикладні знання з управління фінансами підприємства. «Фінанси підприємства» безпосередньо пов’язані з професійною діяльністю маркетолога, зокрема з плануванням маркетингових бюджетів, оцінюванням витрат, прибутковості продукції, рентабельності маркетингових заходів та економічним обґрунтуванням управлінських рішень.	
Інна ПАНЧЕНКО	Роботодавець	Керівник відділу маркетингу ТОВ «ТЕРРА»	Рекомендую посилити зміст програми шляхом включення ОК, які спрямовано на формування професійних компетентностей у сфері маркетингу сталих продовольчих систем. Це дозволить майбутнім фахівцям краще розуміти особливості	Пропозицію прийнято до уваги.

			продовольчих ринків, поведінку споживачів, просування продукції та організацію взаємодії між учасниками продовольчих систем.	
Сергій МАКЄЄВ	Роботодавець	Виконавчий директор мережі супермаркетів «Класс» (ТОВ «УКР-ТРЕЙД»)	Запропонував посилити практикоорієнтовану складову ОПП використанням сучасних цифрових інструментів маркетингової діяльності та управління взаємовідносинами з клієнтами.	Пропозицію прийнято до уваги.
Анастасія МАЛОШТАНОВА	Здобувач	Державний біотехнологічний університет	Зазначила, що практику залучення фахівців з бізнесу до проведення гостьових навчальних занять доцільно продовжувати.	Пропозицію прийнято до уваги.