

Протокол №1/2023

засідання кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»
від 10 листопада 2023 року

Присутні: проф. Зарічна О.В. (гарант ОПП), проф. Жуков С.А., доц. Дюгованець О.М., доц. Бондаренко В.М., доц. Зеліч В.В

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

1. Про необхідність розробки та впровадження нової освітньо-професійної програми (ОПП) «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти.
2. Визначення місії, мети та стратегічних цілей програми.
3. Обговорення унікальності (фокусу), особливостей та формування попереднього переліку обов'язкових освітніх компонентів нової ОПП.

1. СЛУХАЛИ: Про необхідність розробки та впровадження нової освітньо-професійної програми (ОПП) «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти ВИСТУПИЛИ:

проф. Зарічна О.В. - гарант ОПП, яка повідомила, що у зв'язку потребами студентства у більш глибокому вивченні дисциплін, які б сприяли здобуттю професійних навичок у сфері маркетингу, та зважаючи на динамічні зміни на ринку праці та запит стейкхолдерів на фахівців, здатних приймати стратегічні рішення в умовах невизначеності, виникла необхідність розробки нової освітньо-професійної програми. Зазначила, що програма має відповідати Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» та враховувати досвід провідних європейських університетів.

Доц.Дюгованець О.М., підтримала пропозицію проф.. Зарічної О.В., та наголосила, що потреба у фахівцях – маркетингологів, дійсно зросла, адже на ринку зараз виникла потреба у спеціалістах з більшим креативним мисленням, пропонуванням сучасних інноваційних ідей просування товарів і послуг використовуючи при цьому цифрові інструменти інтернет-маркетингу. Також, зазначила, що до розробки ОПП необхідно проаналізувати вміст компонентної складової, яка б в подальшому вплинула на формування мети програми та її унікальності.

Проф. Жуков С.А. зазначив, що повністю також поділяє думку про нагальну необхідність розробки та впровадження нової освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого рівня вищої освіти. Відкриття магістратури - це не просто розширення ліцензійного обсягу, це відповідь на виклики глобального ринку та запит на фахівців нового покоління - «маркетингологів-стратегів з цифровим мисленням». Також наголосив, що ми не повинні дублювати бакалаврську програму, лише ускладнюючи її. Ми маємо створити інтенсивну професійну платформу. Нам потрібно закласти такий фундамент, де обов'язкові дисципліни будуть формувати стратегічну візію, а вибіркові блоки дозволять здобувачу стати вузьким експертом - або в аналітиці, або в управлінні брендами. Впровадження цих дисциплін дозволить нам не лише виконати вимоги Стандарту, а й підготувати лідерів, які будуть затребувані у міжнародних корпораціях та провідних маркетингових агенціях.

Доц. Курей О.А. запропонувала, для уточнення компетентнісних характеристик фахівців, найближчим часом провести засідання робочої групи та стейкхолдерів для подальшої актуалізації програми та формування зростаючої затребуваності ОПП «Маркетинг».

2. СЛУХАЛИ: Про визначення місії, мети та стратегічних цілей програми ВИСТУПИЛИ :

Проф. Зарічна О.В. зазначила, що мета освітньої програми повинна бути сфокусована на підготовці фахівців, здатних не просто виконувати операційні задачі, а розробляти комплексні маркетингові стратегії в умовах високої невизначеності та глобальної конкуренції.

Доц. Дюгованець О.М., наголосила, що мета має мати також і **практичну релевантність**, та передбачати здатність магістрів до проведення прикладних наукових

досліджень, результати яких можуть бути безпосередньо впроваджені в діяльність реальних підприємств.

Доц. Курей О.А., відмітила, що для забезпечення набуття професійних компетенцій у сучасних умовах цифровізації, штучного інтелекту та автоматизації маркетингу, необхідно враховувати і ці спрямованості, а отже мета і подальші стратегічні напрями програми мають поєднувати традиційні підходи до управління маркетинговою діяльністю та сучасні діджитал інструменти. Це дозволить випускникам бути лідерами цифрової трансформації бізнесу у сфері маркетингу.

Доц. Зеліч В.В., підтримала пропозиції гаранта ОП, доц.. Дюгованець О.В. та доц.. Курей О.М. і підкреслила, що такі підходи дозволять нам створити програму, яка буде привабливою для вступників і забезпечить 100% працевлаштування магістрів на керівні посади.

ВИРІШИЛИ: сформувати мету ОПП, яка полягала б у підготовці професіоналів, здатних розв'язувати складні задачі та проблеми у сфері маркетингу на стратегічному рівні, проводити прикладні дослідження та впроваджувати інноваційні маркетингові технології для забезпечення конкурентоспроможності бізнесу.

3. СЛУХАЛИ: Обговорення унікальності (фокусу), особливостей та формування попереднього переліку обов'язкових освітніх компонентів нової ОПП

ВИСТУПИЛИ :

Проф. Зарічна О.В., наголосила, що основний фокус програми має формуватися на основі потреб ринку та прямих вимог роботодавців, що забезпечить максимальну релевантність випускників. Структура обов'язкових і вибіркового компонент ОПП має враховувати вимоги стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» та сучасні тренди в сфері маркетингу.

Доц. Дюгованець, погодилась із пропозицією гаранта ОП, та зазначила, що унікальність і особливості також залежать від компонентної наповненості, так як роботодавці сьогодні шукають не просто виконавців, а лідерів, здатних керувати командами в умовах кризи. Тому в фокусі мають бути дисципліни з кризових маркетингових комунікацій, стратегічного маркетингу та емоційного інтелекту в маркетинговому менеджменті. Склад дисциплін має передбачати виконання реальних кейсів від компаній-партнерів, де студенти розробляють маркетингові стратегії для експорту товарів або послуг українських підприємств на ринки ЄС та світу.

Проф. Жуков С.А., додав що в умовах глобалізації та інтеграції України до єдиного європейського ринку, програма повинна включати потужний блок з міжнародного маркетингу. Це передбачає вивчення специфіки виходу на зовнішні ринки, управління крос-культурними комунікаціями, особливості логістичного управління та адаптацію маркетингових стратегій до вимог різних країн.

Доц. Зеліч В.В., підтримала пропозиції членів робочої групи та зазначила, що міждисциплінарний підхід також є важливим, адже поєднує класичний стратегічний маркетинг із поведінковою економікою та управлінням клієнтським досвідом.

Доц. Курей О.М. виступила з пропозицією розробки опитувальної анкети для здобувачів та роботодавців, метою яких буде дослідження відповідності змісту освітньої програми реальним запитам ринку праці та очікуванням майбутніх фахівців. Зокрема, анкетування має бути спрямоване на вирішення таких завдань:

- Ідентифікація «розривів» у компетентностях, яка буде спрямована на виявлення переліку навичок (hard та soft skills), яких найбільше бракує випускникам магістратури на думку практикуючих маркетологів та HR-директорів.

- Оцінка актуальності навчальних дисциплін, яка буде здійснена на основі організації зворотного зв'язку та отримання від здобувачів інформації щодо того, які курси вони вважають найбільш корисними для своєї майбутньої кар'єри, а які потребують оновлення чи заміни.

За результатами опитування робоча група зможе валідувати перелік освітніх компонентів і внести корективи в ОПП, що зробить програму максимально студентоцентрованою та ринково орієнтованою.

ВИРІШИЛИ:

1. Визначити фокус ОПП як стратегічно-інноваційний, що базується на запитах ринку та вимогах стандарту 075 «Маркетинг» та схвалити концепцію нової ОПП «Маркетинг», визначивши її пріоритетами практичну релевантність згідно із запитами ринку, маркетингового менеджменту, цифровізацію проектну спрямованість.

2. Інтегрувати в структуру програми компоненти стратегічного маркетингу, маркетингового менеджменту, логістичного менеджменту та міжнародного маркетингу які дозволять більш чітко сформувати фокус програми.

3. Запровадити проектне навчання на основі реальних кейсів бізнес-партнерів та провести анкетування роботодавців і здобувачів для фінальної валідації переліку дисциплін, що забезпечить максимальну відповідність програми сучасним вимогам і принципам студентоцентрованості..

Гарант ОПП «Маркетинг»



О.В. Зарічна

Протокол №2/2023

засідання кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»
від 7 грудня 2023 року

Присутні: проф. Зарічна О.В. (гарант ОПП), проф. Жуков С.А., доц. Дюгованець О.М., доц. Курей О.М., доц. Зеліч В.В

Запрошені: д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу і логістики Інституту економіки і менеджменту, Національного університету «Львівська політехніка» Бочко О.Ю., д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету Устик Т.В., представник від ТОВ «Золота гірка» (готельно-ресторанний комплекс) Опаленик М.М, представник від ТОВ «Санвестененерджігруп» (компанія по виробництву та продажу електроенергії) Яцко М.В

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

1. Про обговорення проєкту освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

СЛУХАЛИ: Про обговорення проєкту освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти

ВИСТУПИЛИ :

Проф. Зарічна О.В., яка доповіла про розроблений проєкт ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти. Гарант ОПП наголосила на таких ключових питаннях, які потребують уточнення у процесі удосконалення освітньої програми, а саме: унікальність освітньо-професійної програми «Маркетинг», можливості та необхідності з перегляду обов'язкових та вибіркових компонентів освітньо-професійної програми та компетентностей.

Проф. Зарічна О.В., зазначила, що для посилення фахових компетенцій та практичної складової ОПП на засіданні запрошені експертів з академспільноти д.е.н. проф. кафедри маркетингу і логістики Національного університету «Львівська політехніка» Бочко О.Ю. та д.е.н., проф. кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету Устик Т.В. та стейкхолдери – роботодавці від ТОВ «Золота гірка» (готельно-ресторанний комплекс) Опаленик М.М, та Яцко М.В від ТОВ «Санвестененерджігруп» (компанія по виробництву та продажу електроенергії).

Проф. Устик Т.В. подякувала гаранту за надану можливість бути запрошеним на обговорення опп «Маркетинг» магістерського рівня та виступила з пропозицією щодо формування фахових компетенцій. Вона наголосила на необхідності структурування освітніх компонентів (ОК) таким чином, щоб вони базувалися на останніх наукових досягненнях викладацького складу кафедри та враховували світові тренди маркетингової освіти.

Проф. Бочко О.Ю., яка погодилась з проф. Устик Т.В., та додала що співпраця з академспільнотою, науковців інших вузів, а також стейкхолдерів роботодавців підсилить спрямованість наповнення ОП компонентами, які допоможуть підготувати висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу. Зазначила, що введення в навчальний процес дисциплін які відповідають потребам допоможуть відкоригувати фокус програми та визначити остаточну її унікальність.

Доц. Дюгованець О.М., яка акцентувала увагу на критичній важливості постійної співпраці зі стейкхолдерами. Було зазначено, що залучення роботодавців до розробки змісту ОПП та безпосередньо до навчального процесу (гостьові лекції, тренінги) дозволить значно підвищити рівень практичної підготовки магістрів.

Стейкхолдери - представники бізнесу - Опаленик М.М. та Яцко М.В. висловили повну підтримку щодо ініціативного залучення їх до обговорення і модернізації проєкту освітньої програми. Вони підтвердили готовність брати участь у рецензуванні проєкту ОПП, надавати пропозиції щодо наповнення дисциплін практичними кейсами, що стосуються управління компаніями, торгівлею товарів і послуг, а також сприяти впровадженню елементів

дуальної освіти.

ВИРІШИЛИ:

1. Врахувати пропозиції проф. Устик Т.В. та проф. Бочко О.Ю.
2. Надалі співпрацювати з стейхолдерами академ спільноти та роботодавцями для оновлення проекту ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, щодо унікальності та формування обов'язкових та вибіркових компонентів освітньо-професійної програми

Гарант ОПП «Маркетинг»



О.В. Зарічна

Протокол № 3/2024

засідання кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»
від 15 лютого 2024 року

Присутні: проф. Зарічна О.В. (гарант ОПП), проф. Жуков С.А., доц. Дюгованець О.М., доц. Курей О.М., доц. Бондаренко В.М.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

1. Про актуалізацію складу робочої групи освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

СЛУХАЛИ:

Проф. Зарічну О.В. - Гаранта освітньо-професійної програми, який(а) повідомив(ла), що відповідно до принципів забезпечення якості вищої освіти, безперервного удосконалення освітніх програм та з урахуванням кадрових змін, які відбулися на кафедрі, виникла необхідність актуалізувати склад робочої групи освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти. Також зазначила, що на початковому етапі розроблення проєкту освітньо-професійної програми до складу робочої групи входила доц. Зеліч В.В., яка брала участь у формуванні концепції освітньої програми, визначенні її структури та змістового наповнення. На завершальному етапі підготовки освітньої програми до затвердження, у зв'язку з необхідністю забезпечення подальшого супроводу освітньої програми, до роботи було залучено доц. Бондаренко В.М., яка взяла участь у доопрацюванні проєкту освітньої програми, опрацюванні пропозицій стейкхолдерів, приведенні освітньої програми у відповідність до вимог чинного законодавства.

У зв'язку з цим проф. Зарічною О.В. запропоновано актуалізувати склад робочої групи та відобразити у документах фактичний склад її учасників, які забезпечували завершальний етап формування та супроводу освітньо-професійної програми.

УХВАЛИЛИ:

- Взяти до відома інформацію гаранта освітньо-професійної програми щодо актуалізації складу робочої групи ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти.
- Схвалити внесення змін до складу робочої групи освітньо-професійної програми «Маркетинг» у зв'язку з кадровими змінами та необхідністю забезпечення безперервності процесу розроблення, оновлення та супроводу освітньої програми.
- Вважати, що доц. Зеліч В.В. брала участь у розробленні проєкту освітньо-професійної програми на початковому етапі її формування, а доц. Бондаренко В.М. – у доопрацюванні, актуалізації та підготовці остаточної редакції освітньо-професійної програми до затвердження.
- Затвердити оновлений склад робочої групи освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти із включенням до її складу доц. Бондаренко В.М.

Гарант ОПП «Маркетинг»



О.В. Зарічна

Протокол №4/2025

засідання кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»
від 20 лютого 2025 року

Присутні: проф. Зарічна О.В. (гарант ОПП), проф. Жуков С.А., доц. Дюгованець О.М., доц. Курей О.М., доц. Бондаренко В.М.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

- 1.Приведення освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у відповідність до вимог чинного законодавства та актуалізація її змісту.
2. Про розгляд пропозицій, що надійшли від стейкхолдерів щодо удосконалення змісту освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти

I. СЛУХАЛИ: Приведення освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у відповідність до вимог чинного законодавства та актуалізація її змісту

Проф. Зарічна О.В. - гарант освітньо-професійної програми повідомил, що у 2025 році Кабінетом Міністрів України прийнято постанову № 1021 від 30 серпня 2024 року (зі змінами, внесеними постановою КМУ № 188 у 2025 році), якою затверджено новий Перелік галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти. У зв'язку з набранням чинності зазначеними нормативно-правовими актами виникла необхідність приведення освітньо-професійної програми «Маркетинг» у відповідність до нового Переліку, зокрема щодо оновлення шифру галузі знань та спеціальності, із збереженням предметної області, мети, компетентностей та програмних результатів навчання. Таким чином, галузь знань 07 «Управління і адміністрування» змінено на D «Бізнес, адміністрування та право», шифр спеціальності 075 «Маркетинг» на D5 – Маркетинг.

ВИСТУПИЛИ:

доц. Дюгованець О.М. з пропозицією внесення відповідних змін та приведення у відповідність до чинного законодавства ОПП «Маркетинг»

ВИРІШИЛИ:

- Взяти до відома інформацію гаранта освітньо-професійної програми щодо приведення ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у відповідність до вимог чинного законодавства та нового Переліку галузей знань і спеціальностей;
- схвалити внесені до освітньо-професійної програми зміни, пов'язані з оновленням шифру галузі знань на D «Бізнес, адміністрування та право» і шифру спеціальності на D5 «Маркетинг».

II. СЛУХАЛИ: Про розгляд пропозицій, що надійшли від стейкхолдерів щодо удосконалення змісту освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти

Гаранта освітньо-професійної програми проф. Зарічну О.В., яка повідомила, що в період громадського обговорення проєкту освітньо-професійної програми «Маркетинг» на офіційну електронну адресу кафедри надійшли пропозиції від представників роботодавців та інших стейкхолдерів щодо вдосконалення змісту освітньої програми, та зокрема свої пропозиції висловили директорка та співзасновниця компанії «Ліка Комфорт» Олена Ціва та Олександр Пауш – директор ТОВ «Лайф Буд М».

Доповідач зазначила, що отримані пропозиції відповідають Стандарту вищої освіти, сучасним тенденціям розвитку маркетингу, вимогам ринку праці та логіці побудови освітньої програми. Зокрема, серед отриманих пропозицій були:

- об'єднання освітніх компонентів ОК 10 «Стратегічний маркетинг» та ОК 5 «Конкурентоспроможність підприємства» в інтегровану освітню компоненту «Стратегічний маркетинг і конкурентоспроможність підприємств» з метою забезпечення комплексного формування компетентностей у сфері стратегічного маркетингового управління, розвитку конкурентних переваг підприємства, усунення дублювання окремих тем та посилення практичної складової навчання;

- включення освітньої компоненти «Інноваційний маркетинг» до переліку обов'язкових освітніх компонентів із одночасним переведенням освітньої компоненти «Товарна інноваційна політика» до циклу вибіркових дисциплін. На думку стейкхолдерів, така зміна дозволить актуалізувати зміст підготовки відповідно до сучасних тенденцій розвитку маркетингу, цифрової трансформації бізнесу, використання технологій штучного інтелекту, автоматизації маркетингових процесів, розвитку цифрових комунікацій та управління клієнтським досвідом, а також забезпечить більшу гнучкість у формуванні індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів.

Також гарант, зазначила, що відповідно до проведених анкетних опитувань роботодавців необхідно розглянути пропозиції щодо доповнення ОП освітніми компонентами, зокрема в якості пропозицій розглянути можливість ввести «Маркетинговий менеджмент та лідерство», «Вивчення CRM-систем» та «Старт і розвиток бізнесу», в якості вибіркових компонент: «Бренд-маркетинг», «Маркетингові технології та цифровий маркетинг», «Управління бізнес-процесами на підприємстві». Також більшість роботодавців запропонували збільшити обсяг практичної підготовки безпосередньо на робочому місці, що сприятиме формуванню професійних компетентностей здобувачів.

Гарант зазначила, що запропоновані зміни відповідають сучасним тенденціям розвитку маркетингової освіти, сприяють підвищенню практичної спрямованості освітньої програми, розвитку міждисциплінарного підходу та формуванню компетентностей, затребуваних сучасними роботодавцями.

ВИСТУПИЛИ:

Проф. Жуков С.А. підтримав пропозиції стейкхолдерів та зазначив, що інтеграція окремих освітніх компонентів дозволить оптимізувати структуру освітньої програми, усунути дублювання змісту навчального матеріалу та забезпечити комплексний підхід до формування професійних компетентностей майбутніх магістрів.

Доц. Дюгованець О.М. наголосила, що включення до обов'язкової складової освітньої програми дисципліни «Інноваційний маркетинг» відповідає сучасним тенденціям розвитку маркетингової науки та практики, сприятиме розвитку цифрових компетентностей здобувачів і підвищить конкурентоспроможність випускників на ринку праці.

Доц. Бондаренко В.М. та доц. Курей О.А. також підтримали пропозицію перегляду та оновлення переліку освітніх компонент, та зазначили, що даний перегляд сприятиме кращій підготовці фахівців з маркетингу, розширення їх знань та адаптації до професійної діяльності.

УХВАЛИЛИ:

1. Взяти до відома інформацію гаранта освітньо-професійної програми щодо результатів громадського обговорення проєкту ОПП «Маркетинг» та пропозицій, отриманих від стейкхолдерів.

2. Схвалити результати розгляду пропозицій, що надійшли від роботодавців та інших заінтересованих сторін.

3. Підтримати пропозицію щодо об'єднання освітніх компонентів ОК 10 «Стратегічний маркетинг» та ОК 5 «Конкурентоспроможність підприємства» в інтегровану освітню

компоненту «Стратегічний маркетинг і конкурентоспроможність підприємств».

4. Підтримати пропозицію щодо включення освітньої компоненти «Інноваційний маркетинг» до переліку обов'язкових освітніх компонентів та переведення освітньої компоненти «Товарна інноваційна політика» до циклу вибіркових освітніх компонентів.

5. Доручити гаранту освітньо-професійної програми врахувати підтримані пропозиції під час доопрацювання освітньо-професійної програми «Маркетинг» та підготовки її остаточної редакції з урахуванням змін.

6. Визнати, що врахування пропозицій стейкхолдерів сприятиме підвищенню якості освітньо-професійної програми, її відповідності сучасним вимогам ринку праці та забезпеченню підготовки конкурентоспроможних магістрів за спеціальністю «Маркетинг».

Гарант ОПП «Маркетинг»



О.В. Зарічна

Протокол №5

засідання кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»
від 25 травня 2025 року

Присутні: проф. Зарічна О.В. (гарант ОПП), проф. Жуков С.А., доц. Дюгованець О.М., доц. Курей О.М., доц. Бондаренко В.М.

Запрошені: **Бора Н. Ю.** - маркетолог медичного центру «Медіус» (м. Мукачево)

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

1. Про внесення змін до освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідно до наказу ректора ДВНЗ «Ужгородський національний університет» №315/01-04 «Про формування освітніх програм та навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти вступу 2025 року».

2. Про введення до складу розробників освітньо-професійної програми представника роботодавців – стейкхолдера Бори Наталії Юрїївни.

І.СЛУХАЛИ:

Гаранта освітньо-професійної програми проф. **Зарічну О.В.**, яка повідомила, що відповідно до наказу ректора ДВНЗ «Ужгородський національний університет» №315/01-04 «Про формування освітніх програм та навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти вступу 2025 року» виникла необхідність приведення освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти у відповідність до оновлених вимог щодо структури освітніх програм та навчальних планів.

Доповідач зазначила, що відповідно до зазначеного наказу необхідно переглянути структуру освітньо-професійної програми, зокрема:

- упорядкувати освітні компоненти за циклами загальної підготовки, професійної підготовки, дисциплін вільного вибору здобувачів, а також виокремити такі структурні частини як практична підготовка, атестація та виконання кваліфікаційної роботи;

- уточнити розподіл кредитів ЄКТС між окремими циклами підготовки відповідно до вимог університету;

- привести навчальний план у відповідність до затвердженої структури освітніх програм для вступу 2025 року;

- забезпечити узгодженість структури освітньої програми із чинними нормативними документами університету з можливими змінами у меті освітньої програми, інтегральній компетентності, загальних і спеціальних компетентностей, програмних результатів навчання та предметної області.

ВИСТУПИЛИ:

Проф. Жуков С.А. підтримав пропозицію гаранта освітньо-професійної програми щодо включення до складу робочої групи представниці роботодавців – Бори Наталії Юрїївни, відзначивши важливість залучення фахівців-практиків до процесу розроблення та вдосконалення освітніх програм. Він наголосив, що участь стейкхолдера, який має практичний досвід у сфері сучасного маркетингу, сприятиме підвищенню практичної спрямованості освітньої програми, її відповідності вимогам ринку праці та якісній підготовці майбутніх магістрів.

Бора Наталія Юрїївна, маркетолог медичного центру «Медіус» (м. Мукачево), представниця роботодавців (стейкхолдер освітньої програми), подякувала членам робочої групи за можливість долучитися до процесу формування та вдосконалення освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти. Вона зазначила, що залучення роботодавців до розроблення та перегляду освітніх програм є важливою передумовою підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно працювати в

умовах сучасного бізнес-середовища.

Доповідач підкреслила, що її професійний досвід у сфері маркетингу та практична діяльність у галузі розроблення й реалізації маркетингових стратегій, цифрових комунікацій, просування послуг, аналізу поведінки споживачів і використання сучасних маркетингових інструментів сприятимуть удосконаленню змісту освітньої програми, посиленню її практичної складової та забезпеченню відповідності підготовки магістрів актуальним потребам роботодавців і сучасним тенденціям розвитку маркетингу.

Бора Н.Ю. висловила готовність і надалі брати активну участь у перегляді та вдосконаленні освітньо-професійної програми, надавати практичні рекомендації щодо оновлення змісту освітніх компонентів, організації практичної підготовки здобувачів та розвитку співпраці між університетом і роботодавцями.

УХВАЛИЛИ:

1. Взяти до відома інформацію гаранта освітньо-професійної програми.

2. Схвалити внесення змін до структури освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідно до вимог наказу ректора ДВНЗ «Ужгородський національний університет» №315/01-04 «Про формування освітніх програм та навчальних планів підготовки здобувачів вищої освіти вступу 2025 року».

3. Погодити оновлену структуру освітньої програми, що передбачає поділ освітніх компонентів на цикл загальної підготовки, цикл професійної підготовки та цикл дисциплін вільного вибору здобувачів освіти, а також уточнення обсягів кредитів ЄКТС відповідно до встановлених вимог.

4. Рекомендувати оновлену редакцію освітньо-професійної програми до подальшого розгляду та затвердження у встановленому порядку.

ІІ. СЛУХАЛИ:

Гаранта освітньо-професійної програми проф. **Зарічну О.В.**, яка повідомила, що відповідно до принципів студентоцентрованого навчання, вимог внутрішньої системи забезпечення якості освіти та рекомендацій Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти до процесу розроблення та перегляду освітніх програм доцільно залучати представників роботодавців.

З метою посилення практичної спрямованості освітньо-професійної програми, забезпечення її відповідності сучасним вимогам ринку праці та врахування потреб професійного середовища запропоновано включити до складу розробників освітньо-професійної програми **Бору Наталію Юріївну**, маркетолога медичного центру «Медіус» (м. Мукачево), як представника роботодавців та стейкхолдера освітньої програми.

Доповідач зазначила, що участь представника роботодавців у роботі робочої групи сприятиме подальшому вдосконаленню змісту освітньої програми, її практичної складової, розвитку професійних компетентностей здобувачів та забезпеченню відповідності підготовки магістрів сучасним потребам ринку праці.

УХВАЛИЛИ:

1. Взяти до відома інформацію гаранта освітньо-професійної програми.

2. Включити до складу розробників освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти **Бору Наталію Юріївну**, маркетолога медичного центру «Медіус» (м. Мукачево), як представника роботодавців (стейкхолдера освітньої програми).

3. Вважати участь представника роботодавців у роботі робочої групи складовою реалізації принципів партнерства із зовнішніми стейкхолдерами та механізму забезпечення якості освітньо-професійної програми.

4. Рекомендувати забезпечити відображення оновленого складу розробників у редакції освітньо-професійної програми та відповідних супровідних документах.

III. РІЗНЕ:

- Про формування індивідуальної освітньої траєкторії, що буде здійснюватися здобувачами через індивідуальний навчальний план

ВИСТУПИЛИ:

Проф. Жукова С.А., який виступив із пропозицією щодо забезпечення реалізації права здобувачів на формування індивідуальної освітньої траєкторії. Доповідач наголосив, що для магістерського рівня критично важливо, щоб кожен студент мав можливість адаптувати навчання під власні кар'єрні цілі через індивідуальний навчальний план.

З метою якісної підготовки до впровадження цієї траєкторії у наступному навчальному році, проф. Жуков С.А. запропонував включити до плану роботи на вересень 2026 року проведення комплексного опитування здобувачів та висунув наступні пропозиції:

- Розробка діагностичного інструментарію: створити анкету для першокурсників-магістрантів для виявлення їхніх професійних інтересів (наприклад, фокус на маркетинговій аналітиці, управлінні брендами або міжнародному маркетингу).
- Забезпечення вибірковості: передбачити в індивідуальних планах можливість вибору не лише фахових дисциплін кафедри, а й загальноуніверситетських курсів для розвитку міждисциплінарних навичок.
- Механізм підтримки: запровадити у вересні 2026 року серію консультацій (тьюторських годин) для роз'яснення студентам порядку вибору дисциплін та допомоги у формуванні збалансованого графіка навчання.
- Моніторинг очікувань: через опитування визначити запит на визнання результатів неформальної освіти (сертифікати Coursera, Google тощо), щоб інтегрувати їх в індивідуальні плани як частину самостійної роботи.

Доповідач зазначив, що такий підхід дозволить сформувати освітню програму безпосередньо через потреби студента, зробивши процес навчання максимально персоналізованим.

Доц. Курей О.М. підтримала запропоновані заходи та наголосила, що формування індивідуальної освітньої траєкторії є одним із ключових елементів внутрішньої системи забезпечення якості вищої освіти. Вона відзначила доцільність розширення можливостей вибору освітніх компонентів, що дозволить здобувачам формувати індивідуальний набір компетентностей відповідно до власних професійних інтересів, кар'єрних планів і потреб сучасного ринку праці.

Доц. Дюгованець О.М. підтримала пропозицію щодо проведення опитування здобувачів та звернула увагу на необхідність систематичного аналізу його результатів під час перегляду освітньо-професійної програми. Вона зазначила, що врахування думки здобувачів, їхніх освітніх потреб та очікувань сприятиме подальшому вдосконаленню змісту освітньої програми, розширенню переліку вибіркових освітніх компонентів і забезпеченню більшої гнучкості освітнього процесу відповідно до принципів студентоцентрованого навчання.

ВИРІШИЛИ:

- Взяти до відома інформацію проф. Жукова С.А. щодо забезпечення реалізації права здобувачів вищої освіти на формування індивідуальної освітньої траєкторії через індивідуальний навчальний план відповідно до вимог Закону України «Про вищу освіту», нормативних документів МОН України та внутрішніх положень університету.
- Схвалити запропонований план заходів щодо організації формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за ОПП «Маркетинг».
- Провести у вересні 2026 року опитування здобувачів першого року навчання з метою виявлення їхніх освітніх потреб, професійних інтересів, кар'єрних орієнтирів та очікувань щодо вибору освітніх компонентів.