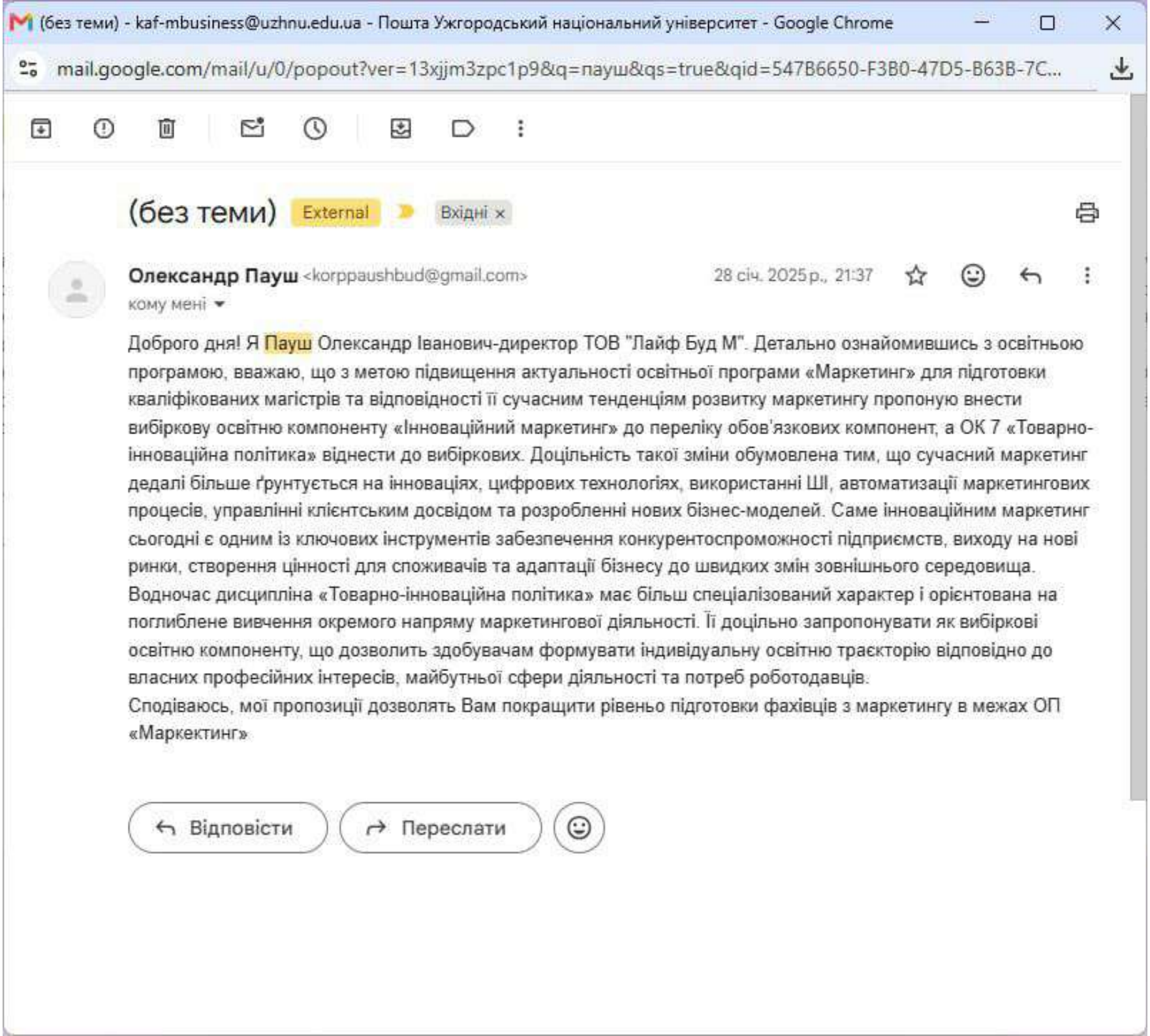
(без теми) - kaf-mbusiness@uzhnu.edu.ua - Пошта Ужгородський національний університет - Google Chrome

mail.google.com/mail/u/0/popout?ver=13xjjm3zpc1p9&q=пауш&qs=true&qid=547B6650-F3B0-47D5-B63B-7C...

(без теми) External Вхідні ×

Олександр Пауш <korppaushbud@gmail.com> 28 січ. 2025 р., 21:37

кому мені

Доброго дня! Я Пауш Олександр Іванович-директор ТОВ "Лайф Буд М". Детально ознайомившись з освітньою програмою, вважаю, що з метою підвищення актуальності освітньої програми «Маркетинг» для підготовки кваліфікованих магістрів та відповідності її сучасним тенденціям розвитку маркетингу пропоную внести вибіркову освітню компоненту «Інноваційний маркетинг» до переліку обов'язкових компонент, а ОК 7 «Товарно-інноваційна політика» віднести до вибіркових. Доцільність такої зміни обумовлена тим, що сучасний маркетинг дедалі більше ґрунтується на інноваціях, цифрових технологіях, використанні ШІ, автоматизації маркетингових процесів, управлінні клієнтським досвідом та розробленні нових бізнес-моделей. Саме інноваційним маркетинг сьогодні є одним із ключових інструментів забезпечення конкурентоспроможності підприємств, виходу на нові ринки, створення цінності для споживачів та адаптації бізнесу до швидких змін зовнішнього середовища. Водночас дисципліна «Товарно-інноваційна політика» має більш спеціалізований характер і орієнтована на поглиблене вивчення окремого напряму маркетингової діяльності. Її доцільно запропонувати як вибіркові освітню компоненту, що дозволить здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію відповідно до власних професійних інтересів, майбутньої сфери діяльності та потреб роботодавців.
Сподіваюсь, мої пропозиції дозволять Вам покращити рівеньо підготовки фахівців з маркетингу в межах ОП «Маркектинг»

Відповісти Переслати