АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ
Факультет економіки, соціальних технологій та туризму
Кафедра маркетингу

ПРОТОКОЛ № 6

засідання проєктної (робочої) групи
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти

18 червня 2026 р. м. Київ

Голова засідання: Писаренко Н.В. — гарант ОПП «Маркетинг», к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу.

Секретар засідання: Ярмоленко Ю.О. — д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу.

Присутні члени проєктної (робочої) групи:

Писаренко Н.В. — гарант ОПП «Маркетинг», к.е.н., доцент, завідувач кафедри маркетингу;
Ярмоленко Ю.О. — д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу;
Шолудченко С.В. — к.е.н., доцент, декан факультету економіки, соціальних технологій та туризму;
Гоцул В.Є. — випускник другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Маркетинг»;
Бардовська М. — Head of Digital and E-commerce ПрАТ «АртВайнері», представниця роботодавців.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Про результати завершеного циклу моніторингу та персоніфікований розгляд пропозицій стейкголдерів до ОПП «Маркетинг» 2026 року.
2. Про зовнішнє рецензування, змістові зміни та остаточне узгодження структури, кредитного обсягу і матриць ОПП.
3. Про схвалення доопрацьованого проєкту ОПП «Маркетинг» 2026 року та його рекомендацію до розгляду кафедрою маркетингу.

1. Про результати завершеного циклу моніторингу та персоніфікований розгляд пропозицій стейкголдерів до ОПП «Маркетинг» 2026 року.

СЛУХАЛИ: Н.В. Писаренко представила узагальнені результати моніторингу 2025–2026 н. р., відкритих обговорень 12.03 та 17.05.2026, зустрічі зі здобувачами 16.04.2026, консультацій із роботодавцями та зовнішнього рецензування. Відзначено необхідність завершити цикл не переліком побажань, а простежуваними рішеннями щодо конкретних ОК, методів навчання і структури програми.

ВИСТУПИЛИ: Ю.О. Ярмоленко звернула увагу на пропозиції Р. Буряка щодо дослідницько-аналітичної підготовки; М. Бардовська — на рекомендації О. Киричук і В. Поліщука щодо клієнтського досвіду, сегментації, попиту, асортименту й позиціонування; В.Є. Гоцул — на студентські пропозиції Д. Мороки про реальний вибір ОК та О. Бєлікової про вебаналітику, візуалізацію даних і ШІ.

ОБГОВОРИЛИ: Рекомендації Р. Буряка співвіднесено з «Методологією наукових досліджень» і «Маркетинговою аналітикою»; О. Киричук — із завданнями з Customer Journey, персоналізації та ціннісної пропозиції; В. Поліщука — з комплексними ринковими та бренд-кейсами; Д. Файвішенко — з інтегрованими комунікаціями, бюджетом і KPI; Т. Щолойко й І. Ярмоленко — із клієнтським досвідом та конкурентним позиціонуванням. Студентські рекомендації розмежовано на зміни каталогу вибіркових ОК і оновлення практичних завдань чинних компонентів.

УХВАЛИЛИ:

1. Підтримати зазначені напрями змістового оновлення відповідних ОК; відобразити їх у робочих програмах, практичних завданнях і критеріях оцінювання без необґрунтованого збільшення обов'язкової складової.
2. Передбачити оновлення каталогу вибіркових ОК з урахуванням пропозиції Д. Мороки; цифрові інструменти, вебаналітику й ШІ інтегрувати в «Маркетингову аналітику», «Цифровий маркетинг і електронну комерцію» та «Рекламний менеджмент».
3. Завершити таблицю розгляду пропозицій із зазначенням автора, змісту, мотивованого рішення, способу врахування та відповідного освітнього компонента.

2. Про зовнішнє рецензування, змістові зміни та остаточне узгодження структури, кредитного обсягу і матриць ОПП.

СЛУХАЛИ: Ю.О. Ярмоленко представила результати звірення проєкту ОПП 2026 року. Загальний обсяг становить 90 кредитів ЄКТС; професійно орієнтовані ОК — 45; вибіркова складова — 24; виробнича практика — 3, переддипломна практична підготовка — 6; підготовка та захист кваліфікаційної роботи — 9 кредитів. У змісті обов'язкової підготовки передбачено ОК «Сталий маркетинг та трансформація ринку» обсягом 3 кредити.

ВИСТУПИЛИ: Н.В. Писаренко представила результати зовнішнього рецензування: І. Лилик відзначила професійну релевантність програми та її орієнтацію на сучасні маркетингові практики; В.М. Бондаренко рекомендував подальший розвиток міжнародної складової, академічної мобільності, англомовного професійного середовища та цифрових партнерств. С.В. Шолудченко наголосив на необхідності перевірити узгодженість навчального плану, структурно-логічної схеми та матриць.

ОБГОВОРИЛИ: Підтримано збереження збалансованої 90-кредитної структури з окремим відображенням практичної підготовки, атестації та вибірковості. Зміст ОК «Сталий маркетинг та трансформація ринку» визначено важливим для інтеграції принципів сталого розвитку в професійні маркетингові рішення. Рекомендації щодо міжнародної складової віднесено до перспективних заходів, що потребують ресурсного та організаційного забезпечення. Під час фінального звірення слід уникнути розбіжностей між описом ОК, компетентностями, ПРН та матрицями їх забезпечення.

УХВАЛИЛИ:

1. Підтримати структуру проєкту ОПП обсягом 90 кредитів ЄКТС із зазначеним розподілом; забезпечити тотожність показників у тексті ОПП, навчальному плані та структурно-логічній схемі.
2. Рецензію І. Лилик врахувати при оцінюванні професійної релевантності програми; рекомендації В.М. Бондаренка щодо інтернаціоналізації включити до перспективних напрямів наступного циклу вдосконалення.
3. Завершити звірення матриць відповідності компетентностей і ПРН освітнім компонентам; забезпечити відображення змістових оновлень у навчально-методичному забезпеченні.

3. Про схвалення доопрацьованого проєкту ОПП «Маркетинг» 2026 року та його рекомендацію до розгляду кафедрою маркетингу.

СЛУХАЛИ: Н.В. Писаренко запропонувала схвалити доопрацьований проєкт ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за результатами завершеного циклу моніторингу, розгляду пропозицій та зовнішнього рецензування.

ВИСТУПИЛИ: С.В. Шолудченко підтримав передання узгодженого проєкту на засідання кафедри маркетингу. Ю.О. Ярмоленко наголосила на необхідності долучити до пакета матеріалів результати обговорень, рецензії, таблицю пропозицій і рішення проєктної групи.

ОБГОВОРИЛИ: Погоджено, що проєктна група формує фахову рекомендацію, а подальше погодження й затвердження ОПП відбуваються в установленому в АПСВТ порядку. Окремо визначено необхідність зберегти документальні підстави прийнятих рішень і після затвердження перевіряти фактичне впровадження змін.

УХВАЛИЛИ:

1. Схвалити доопрацьований проєкт ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, редакція 2026 року, та рекомендувати його до розгляду кафедрою маркетингу.
2. Передати на розгляд кафедри проєкт ОПП, матеріали моніторингу, узагальнення пропозицій стейкголдерів, зовнішні рецензії та результати звірення структури і матриць.
3. Після ухвалення рішень у встановленому порядку забезпечити оприлюднення актуальної редакції ОПП і пов’язаних матеріалів відповідно до внутрішніх процедур АПСВТ.
4. Продовжити моніторинг реалізації змін у робочих програмах, практичній підготовці та вибірковій складовій у наступному навчальному році.

Голова проєктної (робочої) групи,
гарант ОПП «Маркетинг» — Н.В. Писаренко

Секретар засідання — Ю.О. Ярмоленко