**Державний університет телекомунікацій**

**Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва**

**ВИТЯГ  
з протоколу № 7 від 31 січня 2023 року  
засідання кафедри маркетингу**

**ПРИСУТНІ:**

***члени кафедри маркетингу:***

1. д.е.н., завідувач кафедри Виноградова О.В.,
2. д.е.н., професор Дрокіна Н.І.,
3. д.е.н., професор Писар Н.Б.,
4. к.е.н., доцент Дарчук В.Г.,
5. к.е.н., доцент Єсмаханова А.У.,
6. к.е.н., доцент Ромащенко О.С.,
7. к.т.н., доцент Совершенна І.О.,
8. к.е.н., доцент Ткаченко Н.Б.,
9. старший викладач Крижко О.В.,
10. аспірант 3 року навчання, старший викладач Недопако Н.М.,
11. аспірант 1 року навчання Снітко А.О.,
12. завідувач лабораторією Варич І.М.

***запрошені:***

1. директор ННІМП Федюнін С.А.
2. заступник директора ННІМП Капась А.Г.
3. здобувач вищої освіти освітньо-професійної програми “Маркетинг” спеціальності “Маркетинг” рівня вищої освіти “магістр” Бесараб К.С.
4. директор з маркетингу ТОВ «ПАРТНЕРЕД», к.е.н. Іртлач М.О.
5. директор ВЕБ-студії «UPWAY» Яблонський Г.О.
6. директор по технологіям ТОВ «Медіасаппорт» Мирошниченко Д.В.
7. д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету Лищенко М.О.
8. к.е.н., завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету Басій Н.Ф.
9. д.е.н., професор кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету Дайновський Ю.А.
10. д.е.н., завідувач кафедри маркетингу Національного авіаційного університету Князєва Т.В.

**ПОРЯДОК ДЕННИЙ:**

Розгляд пропозицій до проєкту освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», розроблену кафедрою маркетингу Державного університету телекомунікацій.

**СЛУХАЛИ:** гаранта ОНП «Маркетинг» (доктор філософії),зав. кафедри, д.е.н., проф. Виноградову О.В. щодо структури та змісту проєкту освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», врахування досвіду міжнародних та національних освітніх програм аналогічного спрямування.

**ВИСТУПИЛИ:**

**ВИНОГРАДОВА О. В.** – презентувала проєкт ОНП Маркетинг (доктор філософії) та доповіла, що зміст освітніх компонентів ОНП з маркетингу враховує сучасні практики галузі, побажання стейкхолдерів та результатів проведення наукових досліджень викладачами кафедри маркетингу.

**ФЕДЮНІН С.А.**  – наголосив про важливість посилення контролюякості знань здобувачами англійської мови за рахунок визначення форми контролю після кожного семестру – «екзамен».

**ДРОКІНА Н.І. –** доповіла, що важливість включення дисципліни «Методологія наукових досліджень» до основного блоку освітніх компонентів ОНП враховує суттєвий внесок цієї дисципліни у формування програмних результатів навчання.

**СОВЕРШЕННА І. О.** – наголосила про важливість вивчення сучасних підходів щодо технологій розвитку когнітивних здібностей особистості, якому сприяє включенню у ОНП з маркетингу дисципліни «Філософія науки».

**ДАРЧУК В.Г.** – доповіла про те, що доцільне включення дисципліни «Глобальний маркетинг» до основного блоку освітніх компонентів ОНП враховує досвід провідних закладів вищої освіти України (ХНТЕУ, ДНТЕУ, ДНЕУ), «Студії з маркетингу» (КНУШ).

**ПИСАР Н.Б.** – зазначила відповідність ОНП освітньому Стандарту з маркетингу (ІІІ-го освітньо-наукового рівня вищої освіти та підкреслила важливість викладання навчальної дисципліни «Сучасні освітні технології у вищій школі» кафедрою маркетингу.

**НЕДОПАКО Н.М.** –доповіла, що доцільне включення дисципліни «Комунікаційний менеджмент» до основного блоку освітніх компонентів ОНП з маркетингу, враховуючи суттєвий внесок цієї дисципліни у формування навичок Soft skills.

**ТКАЧЕНКО Н.Б.** – запропонувала у циклу «Вибіркові навчальні дисципліни» зазначити тільки їх загальний обсяг та дати аспірантам більш широкий вибір навчальних дисциплін з інших освітніх програм та рівнів вищої освіти.

**БЕСАРАБ К.С.** – підтвердила актуальність та високу зацікавленість здобувачів – магістрів у відкритті можливостей продовження навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти (доктор філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування», за спеціальністю 075 «Маркетинг» та запропонувала передбачити в освітньо-науковій програмі англомовні вибіркові навчальні дисципліни зі спеціальності.

**ІРТЛАЧ М.О.** – висловив точку зору практика з маркетингу про важливість вивчення здобувачами доктора філософії дисципліни «Студії з маркетингу» та висловив готовність приймати участь у гостьових лекціях.

**МИРОШНИЧЕНКО Д.В.** – наголосив про своєчасність включення у ОПП з маркетингу дисципліни «Штучний інтелект у маркетингу».

**ЯБЛОНСЬКИЙ Г.О.** – наголосив про важливість дисциплін «Методологія наукових досліджень» та «Управління науковими проєктами» для формування сучасних знань та навичок здобувачів третього освітнього рівня.

**ЛИЩЕНКО М.О.** – відзначила загальне дуже позитивне враження від освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та рекомендувала освітню компоненту «Економетричне моделювання бізнес процесів», у залежності від змістовного наповнення віднести або до циклу дисциплін для здобуття глибинних знань із спеціальності або до циклу набуття універсальних навичок дослідника.

**БАСІЙ Н.Ф.** – з метою удосконалення змісту ОНП рекомендувала більш лаконічно сформувати мету освітньо-наукової програми.

**ДАЙНОВСЬКИЙ Ю.А.** – запропонував запровадити більш широкий каталог вибіркових навчальних дисциплін та за можливості, передбачити електронне опитування здобувачів щодо вибору дисциплін.

**КНЯЗЄВА Т.В.** – запропонувала посилити англомовні компетенції шляхом введення англомовних вибіркових навчальних дисциплін.

**ЄСМАХАНОВА А.У**. - рекомендувала освітню компоненту «Економетричне моделювання бізнес процесів», враховуючі її змістовне наповнення перейменувати у «Економетричні моделі в маркетингу».

**РОМАЩЕНКО О.С** – запропонувала затвердити освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», розроблену кафедрою маркетингу Державного університету телекомунікацій.

**УХВАЛИЛИ:** затвердити освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії) галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», розроблену кафедрою маркетингу Державного університету телекомунікацій.

Результати голосування:

«За» - 12;

«Проти» - немає;

«Утримався» - немає.

Додаток: пропозиції до проєкту освітньо-наукової програми «Маркетинг» підготовки доктора філософії та організації освітньо-наукового процесу Державного університету телекомунікацій, отримані під час електронного опитування: <https://forms.gle/1nCw3Kw4LkeRgSa98>.

**Завідувач кафедри маркетингу Олена Виноградова**

**Секретар кафедри Ірина Варич**

**Пропозиції до проєкту освітньо-наукової програми «Маркетинг» підготовки доктора філософії та організації освітньо-наукового процесу Державного університету телекомунікацій**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № зп | **Прізвище, ім'я, по батькові** | **Статус** | **Пропозиції** |
| 1 | Лищенко М.О. | Представник академічної спільноти - партнер Державного університету телекомунікацій | Вважаємо, що освітня компонента «Економетричне моделювання бізнес процесів» у залежності від змістовного наповнення, може відноситися до циклу дисциплін для здобуття глибинних знань із спеціальності або до циклу набуття універсальних навичок дослідника. Тому рекомендую, у залежності від змістовного наповнення освітньої компоненти, остаточно визначитися до якого циклу вона відноситься |
| 2 | Басій Н.Ф. | Представник академічної спільноти - партнер Державного університету телекомунікацій | З метою подальшого удосконалення змісту ОНП рекомендуємо відкоригувати редакцію мети освітньо-наукової програми. Зазвичай, мета освітньої програми є більш лаконічною, натомість у проєкті – занадто розширена |
| 3 | Дайновський Ю.А. | Представник академічної спільноти - партнер Державного університету телекомунікацій | Вважаю за доцільне запровадження широкого каталогу вибіркових дисциплін та за можливості, передбачити електронне опитування здобувачів щодо вибору дисциплін |
| 4 | Князєва Т.Ф. | Представник академічної спільноти - партнер Державного університету телекомунікацій | Рекомендуємо посилити англомовні компетенції, запропонувавши здобувачам вищої освіти англомовні вибіркові навчальні дисципліни |
| 5 | Федюнін С.А. | Адміністрація Державного університету телекомунікацій | З метою посилення контролю якості знань здобувачами англійської мови пропоную форми контролю після кожного семестру – «екзамен» |
| 6 | Іртлач М.О. | Роботодавець | Готовий залучатися до гостьових занять з навчальної дисципліни «Студії з маркетингу» |
| 7 | Ткаченко Н.Б. | Науково-педагогічний, науковий працівник Державного університету телекомунікацій | Пропозиції: Вибіркові навчальні дисципліни - зазначити тільки загальний обсяг, щоб дати аспірантам більш широкий вибір дисциплін з інших освітніх програм та рівнів вищої освіти |
| 8 | Бесараб К.С. | Здобувач вищої освіти | Передбачити в освітньо-науковій програмі англомовні вибіркові навчальні дисципліни зі спеціальності |