

Інформація щодо врахування пропозицій та зауважень стейкхолдерів Одеського національного технологічного університету до освітньо-професійної програми 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня, яка знаходилась на громадському обговоренні у період з 14.02.2024 р. по 14.03.2024 р.

Суб'єкт надання пропозиції (зауваження)	Представник інтересів стейкхолдера	Місце роботи (навчання)	Зміст пропозиції (зауваження)	Результат за рішенням робочої групи
Масленков В.В.	Роботодавці	Виконавчий директор ПрАТ "Одесавинпром"	Переглянути каталог вибірових освітніх компонент на предмет відповідності сучасних тенденцій у розвитку маркетингової діяльності	Зауваження враховано. Каталог розширено за рахунок: ОК «Торгівельний маркетинг», ОК «Стратегічний аналіз маркетингової діяльності»
Памбук С.А.	Науково-педагогічні представники	ОНТУ	Переглянути зміст ОК Технології Digital маркетингу, можливо внести зміни у назву ОК.	Зміст переглянуто та внесені зміни, ОК перейменовано на Маркетингові технології у бізнесі
Брайко В.В.	Здобувачі освіти	ОНТУ	Прибрати з переліку обов'язкових компонент ОК Професійна іноземна мова для маркетологів	Зауваження враховано. Освітню компоненту вилучено
Струц Є.М.	Роботодавці	Стратегічний інтернет маркетолог Агентства он-лайн реклами «4LIMES»	Додати до переліку обов'язкових компонент ОК Комунікації та ведення переговорів	Зауваження враховано. Освітню компоненту додано
Мардар М.Р.	Науково-педагогічні представники	ОНТУ	Уточнити зміст програмних результатів та спеціальних компетенцій рекомендованих кафедрою на предмет відповідності об'єктів дослідження за видами економічної діяльності, галузевої та регіональної спрямованості, та напрямкам наукових досліджень кафедри СК 10*, СК12*, P16* та P18*. Переглянути зміст програмних	Зауваження враховано. Зміст переглянуто. Програмні результати і спеціальні (фахові компетенції) СК 10*,СК12*, P16* та P18* змінено за змістом. Замість запропонованих програмних результатів та спеціальних (фахових) компетентностей у ОП 2023 року, (СК 11* та P 17*) введено: СК10* Здатність впроваджувати

			результатів та спеціальних (фахових) компетенцій запропонованих університетом (СК 11* та Р 17*)	маркетингові технології у галузях харчової і переробної промисловості та сфері комерційних послуг на основі людиноцентричного підходу Р16* Формувати і удосконалювати маркетингові технології у галузях харчової та переробної промисловості та сфері комерційних послуг на основі людиноцентричного підходу
--	--	--	---	--