

ПРОТОКОЛ № 1
засідання Круглого столу
кафедри міжнародної економіки та маркетингу та студентів
спеціальності «Маркетинг»
економічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

на тему:
«Компетентності та програмні результати в проекті нових ОП з маркетингу»

від 25 жовтня 2018 року

ПРИСУТНІ: зав. кафедри міжнародної економіки та маркетингу д.е.н., проф. Старостіна А.О., д.е.н., проф. Каніщенко О.Л., к.е.н., доц. Софіщенко І.Я., к.е.н., доц. Кочкіна Н.Ю., к.е.н., доц. Нагачевська Т.В., к.е.н., Руденко Н.В., к.е.н., доц. Журило В.В., Дьоміна О.М., к.е.н., доц. Шевченко В.Ю., к.е.н., доц. Кузьома О. Ю., ас. Данилова Н. В., к.е.н., доц. Серета В. І., студенти ОС магістр ОП «Маркетинг»

ПОРЯДОК ДЕННИЙ

1. Обговорення в діалоговому режимі «студент-викладач» проекту нових ОП «Маркетинг» для студентів ОС магістр
2. Внесення та затвердження змін в першому читанні проекту ОП «Маркетинг» для студентів ОС магістр

СЛУХАЛИ: Презентацію проекту нових програм ОП «Маркетинг» для студентів ОС магістр.

ВИСТУПИЛИ: д.е.н., проф.. Старостіна А.О. повідомила членів кафедри та присутніх студентів про хід підготовки Державних стандартів з маркетингу в експертній комісії НМК МОН України.

Вона ознайомила присутніх з базовим інформаційним документом «Міжнародна рамка кваліфікацій», який є основоположним для формулювання загальних та фахових компетентностей та програмних результатів з маркетингу.

На засіданні Круглого столу за участю студентів та викладачів кафедри обговорювались загальні фахові компетентності та перелік програмних результатів навчання, які були включені проектною групою в ОП «Маркетинг»

Основна увага була приділена таким компетентностям, які передбачають формування глибоких теоретичних та прикладних знань теорії маркетингу, як концепції управління сучасним бізнесом.

Крім цього акцентувалась увага на формуванні умінь та навичок майбутнього фахівця через визначення відповідних компетентностей, зокрема: уміння досліджувати діяльність ринкових суб'єктів в умовах невизначеності, здатність генерувати нові ідеї, навички складання стратегічних планів розвитку та проведення діагностики управлінської діяльності, тощо.

К.е.н., доц. Журило В.В. підкреслила, що необхідно чітко проаналізувати взаємозв'язок між компетентностями та відповідними програмними результатами з тим, щоб програмні результати охоплювали всі компетентності і корелювалися з ними по змісту.

Представники студентської молоді:

Студент Марченков В. наголосив про необхідність урахування результатів навчання, що пов'язані з використанням інтернет-технологій, сучасного програмного забезпечення та зв'язку з практикою.

Студентка Головка К. підкреслила необхідність отримання результатів навичок, що пов'язані з міжособистісними стосунками, вміння вести переговори (що на практиці називається soft skills)

УХВАЛИЛИ: Прийняти запропонований проект ОП «Маркетинг» для ОС «Магістр» за основу та врахувати наступне:


- Розширити компетентності, які стосуються soft skills;
- Посилити світоглядну складову навчального процесу, зокрема патріотичне виховання;
- Скоротити програмні результати по деякими навчальним дисциплінам ОП «Маркетинг»

Завідувач кафедри міжнародної економіки та маркетингу,
д.е.н., професор



А.О. Старостіна

Секретар



Т.В. Жук