

Пропозиції стейкхолдерів щодо оптимізації освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього рівня вищої освіти

Автор	Зміст пропозиції	Рішення проєктної групи
Юлія ШИПУЛІНА, професор кафедри кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	оновити зміст інтегральної компетентності і викласти її у такій редакції	Прийнято рішення про таку редакцію «здатність продукувати у сфері маркетингу нові ідеї, розв'язувати комплексні проблеми у галузі професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності, застосовувати методологію наукової та педагогічної діяльності, а також проводити власне наукове дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення»
Олена НІФАТОВА, посада, професор кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну	внести зміни до переліку вибіркових освітніх компонент; замінити освітню компоненту «Комп'ютерне математичне моделювання» більш сучасною	Введено дисципліну «Управління інноваційним розвитком та креативні технології»; введено дисципліну Інформаційно-комунікаційні технології в наукових дослідженнях
Юлія КОСТИНЕЦЬ, в.о. завідувача кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну	узгодити результати навчання та привести у відповідність загальні та фахові компетентності за всіма освітніми компонентами	Всі компетентності та програмні результати навчання освітніх компонент приведено у відповідність та узгоджено між собою та ОНП