**Протокол засідання круглого столу**

**«Інноваційний розвиток підприємства на засадах маркетингу у реалізації регіональних стратегій»,**

**проведеного зі студентами ступеня вищої освіти «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг»**

**Програма круглого столу**

**17 грудня 2020 р.**

**Початок о 9:00**

***Повідомлення до обговорення та дискусій:***

1**. Верстюк Женев'єва**

 *Інноваційна діяльність компанії "Roshen"*

2. **Загородна Ольга**

 *Інноваційний розвиток підприємства сфери торгівлі на прикладі магазину продовольчих та промислових товарів ФОП "TALLER"*

3. **Новікова Орина**

 *Інновації в розвитку компанії «Молочний альянс» та підприємства «Пирятинский сирзавод»"*

**24 грудня 2020 р.**

**Початок о 9:00**

1. *Інноваційна діяльність ПрАТ «Одесавинпром» та співпраця з ОНАХТ (перегляд відеоролику)*

***Повідомлення до обговорення та дискусій:***

1. **Войчишенко Ярослава, Стоянова Олена**

*Інноваційний розвиток в маркетингу компанії Red Bull*

1. **Крук Анна**

*Маркетингові інновації суб’єктів малого бізнесу у реалізації стратегічних пріоритетів розвитку Одеської області*

1. **Луньова Любов**

*Інновації кондитерської галузі в сегменті пастильних виробів*

1. **Михальчук Валерія**

*Інноваційний розвиток в маркетингу компанії Mars*

 У роботі круглого столу взяли участь викладачі кафедри Маркетингу, підприємництва і торгівлі доцент Бахчиванжи Л.А., ст. викладач Голодонюк О.М., ст. викладач, к.е.н. Соколюк К.Ю., ст. викладач, к.е.н. Євтушок О.В. та студенти ступеня вищої освіти «Магістр» спеціальності 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання ОНАХТ та студенти ОДАУ.

 В ході обговорення та дискусій були порушені питання відносно досвіду інноваційної діяльності підприємств харчової і переробної промисловості регіону та компаній світового рівня на засадах маркетингових інновацій. Обговорено питання відносно перспектив інноваційної діяльності підприємств регіону у контексті реалізації стратегічних пріоритетів, визначених Стратегією розвитку Одеської області на період 2021-2027 рр., затвердженої рішенням обласної ради від 03 березня 2020 року №1228-VII.

За підсумками проведення круглого столу прийнята резолюція, яка узагальнює наступні результати проведеної дискусії:

1. Одеська область та її агропромисловий сектор мають високий інноваційний потенціал, який може бути реалізований на засадах маркетингу та маркетингових інновацій.

2. Стратегічний пріоритет 1 «[Новий соціально-гуманітарний розквіт](file:///D%3A%5C%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%B8%5C%D0%A1%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%A2%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%2021-27%5C%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C%5C%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%84%D0%9A%D0%A2%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%87%2021-27%5C%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%95%D0%9A%D0%A2%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%87%202021-2027%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B9.docx)» вимагає від підприємств та суб’єктів підприємницької діяльності формування соціальної відповідальності та соціальної спрямованості маркетингу для задоволення потреб споживачів у якісно нових товарах, продуктах та послугах (доповідь Новікової О., Загородної О., Верстюк Ж.).

3. Диверсифікація діяльності в підприємствах малого бізнесу сфери інтернет-торгівлі одягом на основі створення власної виробничої бази з пошиву одягу та виробництва тканин для пошиву одягу з пластикових відходів сприятиме реалізації [Стратегічного пріоритету 2](file:///D%3A%5C%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%B8%5C%D0%A1%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%A2%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%2021-27%5C%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C%5C%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%84%D0%9A%D0%A2%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%87%2021-27%5C%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%95%D0%9A%D0%A2%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%87%202021-2027%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B9.docx) «[ЕКОтрансформація](file:///D%3A%5C%5C%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%B8%5C%5C%D0%A1%D0%9C%D0%90%D0%A0%D0%A2%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%2021-27%5C%5C%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B0%20%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C%5C%5C%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%84%D0%9A%D0%A2%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%87%2021-27%5C%5C%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%95%D0%9A%D0%A2%20%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%87%202021-2027%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B9.docx)» (доповідь Крук А.).

4. Впровадження маркетингових інновацій та розвиток інноваційної маркетингової діяльності , імплементація маркетингових підходів до виведення на ринок інноваційних продуктів та створення власних торгових марок з досвіду світових компаній сприятиме підвищенню конкурентоспроможності як великих підприємств, так і підприємств малого і середнього бізнесу регіону ( колективна доповідь Войчишенко Я. і Стоянової О., доповіді Задорожної О., Михальчук В.).

5. Інноваційні технології та інноваційна продукція у сфері харчової індустрії, що є результатом розробки вчених ОНАХТ, сприятимуть реалізації Стратегічного пріоритету 5: «Формування на засадах інновацій експортно-орієнтованої харчової індустрії» (доповіді Луньової Л. та Михальчук В.).

Предметом обговорення були й питання щодо змісту освітньо-професійної програми «Маркетинг» СВО «Магістр». Студенти магістерської програми «Маркетинг» – учасники конференції в цілому позитивно оцінили зміст освітньої програми та набір освітніх компонент, особливо відзначили корисність набутих знань при вивченні дисциплін «Стратегічний маркетинг», «Інноваційний розвиток підприємства на засадах маркетингу», викладання яких в першому семестрі навчання за магістерською програмою в значній мірі дозволяє набути необхідних теоретичних знань, практичних навичок та здобути загальні та фахові компетентності, відзначені в освітній програмі.

В ході обговорення змісту освітньої програми були висловлені й побажання щодо подальшого удосконалення освітньої програми: введення освітніх компонент «Ділова іноземна мова з фаху «Маркетинг», «Маркетинг інвестицій» та розширення складу освітніх компонент, що передбачають удосконалення фахової професійності у сфері цифрового маркетингу.