

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Державного університету «Житомирська політехніка»

Освітньо-наукова програма «Маркетинг», підготовлена кафедрою менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка», відповідає сучасним вимогам ринку праці щодо підготовки спеціалістів у сфері маркетингу. Зокрема, попри те, що програма загалом базується на традиційному у маркетингу концепті «4Р» (дисципліни «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингові комунікації»), вона враховує поточні тренди цифровізації у маркетинговій діяльності (дисципліна «Інтернет-маркетинг та дослідження в цифровому просторі»). У ОПП «Маркетинг» враховується розвиток мовних компетенцій студентів з метою реалізації їх професійних надбань у англomовному середовищі.

Структурно-логічна схема ОПП «Маркетинг» є зрозумілою у почерговості дисциплін, які викладаються студентам упродовж восьми семестрів, протягом якого вони здобувають бакалаврський рівень вищої освіти. Ознайомлення з переліком освітніх компонент дає підстави стверджувати, що програма реалізує заявлену мету та забезпечує формування визначених компетентностей та програмних результатів. Актуальною практикою для українського сьогодення є вивчення дисципліни «Антикорупція та доброчесність», яка опосередковано стосується і професії маркетолога, який має взаємодіяти з різними суб'єктами на ринку та дотримуватися практик, які будуть визначатися доброчесними як для власної репутації на рівні окремого фахівця, так і для репутації бізнесу загалом.

Вбачаємо за доцільне розглянути пропозицію щодо розширення вивчення питань, пов'язаних із цифровим маркетингом: чи через збільшення кількості годин у дисципліні «Інтернет-маркетинг та дослідження в цифровому просторі», чи через розширення переліку обов'язкових дисциплін, які пов'язані із організацією маркетингової діяльності та оцінкою її ефективності у цифровому просторі.

Вважаємо, що представлена до рецензування ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає сьогоденним реаліям розвитку бізнесу у контексті підготовки бакалаврів з маркетингу, які будуть відповідати вимогам ринку праці як в Україні, так і на закордонном.

Рецензент

Керівник рекламного агентства
ТОВ «ДОРІС АДВЕРТАЙЗИНГ»



Сергій КОЗЛОВ