

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»

Узвичасною практикою для покращення освітньо-професійних програм є розгляд та обговорення рекомендацій з боку зовнішніх стейкхолдерів, що в подальшому може втілитися у зміни ОПП з метою її розвитку та підвищення рівня її релевантності сучасному рівню освіти та вимогам ринку праці.

Загалом запропонована до розгляду ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає запитам роботодавців як з боку загальної, так і зі сторони фахової складової підготовки фахівців-маркетологів. Також звертає увагу врахування цифрової складової цієї підготовки через такі ОК, як «Інтернет-маркетинг та дослідження в цифровому просторі» та «Цифровізація документообороту та електронний офіс». У кожному із восьми семестрів передбачено викладання іноземної мови, що сприяє підготовці фахівців, які зможуть працювати в міжнародному середовищі.

Після ознайомлення з ОПП «Маркетинг», підготовленою кафедрою менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка», вважаємо за доцільне висловити такі рекомендації:

- звернути увагу на графу «особливості програми», зазначені в таблиці профілю ОПП – акцентувати увагу на практичному контексті – врахувати 4 види практики, передбачені програмою;

- розглянути пропозицію щодо перейменування ОК «Основи маркетингу» на ОК «Маркетинг» та збільшення цієї дисципліни за кредитами до 5 кредитів, а ОК «Менеджмент» зменшити до 4 кредитів;

- переглянути почерговість викладання ОК «Основи маркетингу» (згідно рекомендації вище – ОК «Маркетинг») (2 семестр) та ОК «Економіка підприємства» (3 семестр) у контексті пререквізитів;

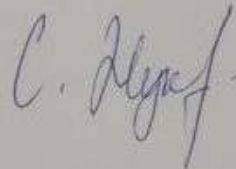
- переглянути почерговість викладання ОК «Економічна теорія та основи функціонування підприємства» (2 семестр) та ОК «Основи маркетингу» (згідно рекомендації вище – ОК «Маркетинг») (2 семестр) у контексті пререквізитів;

- розглянути пропозицію щодо зменшення за кредитами ОК «Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності» та переглянути доцільність її викладання протягом двох семестрів, як не маркетингової дисципліни, і за рахунок цього приділити увагу щодо збільшення кредитів для маркетингових дисциплін чи введення інших.

Вважаємо, що запропоновані ініціативи посилять ОПП «Маркетинг» та зроблять логічність викладання дисциплін зрозумілішою та чіткішою.

Рецензент

д.е.н., с.н.с., проф., професор кафедри
бізнес-адміністрування, маркетингу
та менеджменту, ДВНЗ «Ужгородський
національний університет»



Святослав ЖУКОВ

Людмила д.е.н., проф. С.А. Жукова
заст. декана ФІМВ ДВНЗ «УжНУ»
проф. Ін. Шнігер

