

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-професійна програма «Маркетинг», підготовлена кафедрою менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій Державного університету «Житомирська політехніка», відповідає сучасним вимогам ринку праці щодо підготовки спеціалістів у сфері маркетингу. Перевагами цієї ОПП є врахування Стандарту вищої освіти; викладання англійської мови щосеместрово, що зумовлює підготовку фахівців до роботи у англомовному середовищі; викладання освітніх компонент, пов'язаних із цифровізацією та інтернет-маркетингом (ОК «Цифровізація документообороту та електронний офіс», ОК «Інтернет-маркетинг та дослідження у цифровому просторі»).

За результатами ознайомлення із Проектом ОПП «Маркетинг» на 2025-2026 н. р. рекомендуємо розглянути такі рекомендації:

- переглянути мету ОПП у контексті першого (бакалаврського) рівня вищої освіти щодо використання «які володіють фундаментальними теоретичними знаннями», що корелює з третім рівнем вищої освіти, та щодо «для ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних форм власності», що корелює з другим рівнем вищої освіти;

- перейменувати ОК «Бренд-менеджмент» на «Брендинг» з огляду на те, що «Бренд-менеджмент» – це рівень другого (магістерського) рівня вищої освіти;

- перейменувати ОК «Основи маркетингу» на «Маркетинг» та розглянути варіант збільшення цієї дисципліни за кредитами та за збільшенням тривалості викладання, тобто більше, ніж один семестр;

- перейменувати ОК «Управління рекламною діяльністю» на ОК «Рекламна діяльність»;

- переглянути релевантність викладання ОК «Стратегічний маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти;

- переглянути почерговість викладання ОК «Економіка підприємства», яка наразі за Проектом викладається після ОК «Основи маркетингу» та ОК «Менеджмент»;

- переглянути почерговість викладання ОК «Маркетингові дослідження», яку рекомендовано викладати разом чи відразу після ОК «Основи маркетингу», але перед ОК «Маркетингова товарна політика»;

- переглянути список рекомендованих тем для кваліфікаційної роботи у контексті саме першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Врахування рекомендацій посилить ОПП «Маркетинг», яка реалізується у Житомирській політехніці. Ознайомлення з переліком освітніх компонент дає підстави стверджувати, що програма реалізовує заявлену мету та забезпечує формування визначених компетентностей та програмних результатів.

Рецензент

д.е.н., професор, завідувач кафедри
маркетингу та менеджменту,
Хмельницький кооперативний
торговельно-економічний інститут,
віце-президент ГО «Українська
асоціація маркетингу»

Світлана КОВАЛЬЧУК

Зісвідчую підпис *Лазарюк Вікторія Ігорівна*

