

## РЕЦЕНЗІЯ

на ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену на кафедрі  
менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій  
Державного університету «Житомирська політехніка»

Ми, як представники українського маркетингового бізнесу, особливо зацікавлені у випускниках-маркетологах з якісною підготовкою у сфері цифрового маркетингу та аналітики. Сучасний ринок відчуває гострий дефіцит фахівців, які володіють теоретичними знаннями маркетингу, так і практичними навичками роботи з digital-інструментами, аналізом даних та відповідними технологіями. Випускники програми «Маркетинг» Житомирської політехніки будуть заповнювати цю потребу завдяки збалансованій програмі навчання, що охоплює роботу з вивченням класичної маркетингової моделі «4Р» та реальними бізнес-кейсами.

ОПП побудована чітко і логічно, забезпечує теоретичне навчання та практичну підготовку. Запропоновані в ОПП обов'язкові освітні компоненти дозволяють успішно сформувати загальні і спеціальні (фахові) компетентності, які є релевантними до сучасних вимог з підготовки висококваліфікованих бакалаврів за спеціальністю «Маркетинг». Також програмою передбачено значний обсяг практичної підготовки у розрізі трьох видів практики: навчальної, виробничої та переддипломної, що дозволяє студентам набути реального досвіду роботи та адаптуватися до професійного середовища ще під час навчання.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг», розроблена у Житомирській політехніці, загалом відповідає актуальним потребам сучасного ринку праці. Відповідно, ОПП «Маркетинг» може бути рекомендована до впровадження в навчальний процес.

### Рецензент

директорка маркетингової агенції  
ТОВ «ФЛОУ КОМ'ЮНІКЕЙШН»





**РЕЦЕНЗІЯ**  
**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»**  
**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**спеціальність 075 «Маркетинг»**

Аналізуючи представлену освітньо-професійну програму «Маркетинг» Державного університету «Житомирська політехніка», можна констатувати її відповідність сучасним вимогам підготовки кваліфікованих маркетологів.

Програма характеризується логічною структурою навчального процесу. Базисні економічні дисципліни органічно поєднуються з профільними маркетинговими курсами, створюючи міцну теоретичну базу. Особливо цінним є поетапне формування спеціалізованих компетентностей від базових маркетингових концепцій до складних аналітичних інструментів.

Структурно-логічна схема демонструє продумане розташування дисциплін за семестрами. Базові курси закладають необхідний фундамент, на якому будуються спеціалізовані знання з бренд-менеджменту, інтернет-маркетингу та маркетингових досліджень. Включення дисциплін аналітичного спрямування відповідає актуальним тенденціям маркетингу.

Програма враховує глобалізаційні процеси через вивчення іноземних мов та міжнародного маркетингу. Цифровий компонент представлений дисциплінами з електронного документообороту та інтернет-маркетингу, що відображає розуміння важливості використання інтернет-технологій у маркетингу.

Водночас програма має потенціал для вдосконалення. Доцільним видається розширення практичної складової через збільшення кількості кейс-методів та проектної роботи. Сучасний маркетинг потребує більш глибокого занурення в цифрові технології, зокрема маркетингову автоматизацію та роботу з великими масивами даних.

Перспективним напрямком розвитку програми може стати запровадження елементів галузевої спеціалізації, що дозволить краще підготувати випускників до роботи в конкретних секторах економіки відповідно до регіональних потреб ринку праці. Але це здобувачі можуть реалізовувати в межах вибору вибіркових дисциплін.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» демонструє системний підхід до формування професійних компетентностей майбутніх маркетологів. Програма має добру теоретичну основу та відповідає вимогам підготовки фахівців бакалаврського рівня. Впровадження запропонованих удосконалень дозволить підвищити практичну підготовку випускників та забезпечить їхню краще адаптацію до потреб регіонального ринку праці.



ТОВ «КТ-Авто»

Комерційний директор  
Добровольський В.А.

**РЕЦЕНЗІЯ**  
**на ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНУ ПРОГРАМУ «МАРКЕТИНГ»**  
**першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**  
**спеціальність 075 «Маркетинг»**

Проаналізувавши запропоновану освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, можна зробити висновки щодо її якості, актуальності та відповідності сучасним вимогам.

Представлена освітньо-професійна програма має збалансовану структуру обов'язкових компонентів. Програма вдало поєднує загальноосвітні дисципліни, фундаментальні економічні курси та профільні маркетингові дисципліни, що забезпечує формування всебічно підготовленого фахівця.

Структура та зміст освітньої програми відповідають сучасним тенденціям розвитку маркетингу. Особливо варто відзначити належну увагу до мовної підготовки з виділенням значної кількості годин на вивчення іноземної мови та іноземної мови за професійним спрямуванням, що є важливим аспектом підготовки сучасного маркетолога. Також позитивним елементом є включення дисципліни «Цифровізація документообороту та електронний офіс», що відображає увагу до формування цифрових компетентностей у майбутніх фахівців.

Заслуговує на увагу логічна послідовність вивчення фахових дисциплін від базових («Основи маркетингу») до спеціалізованих («Маркетингові дослідження», «Маркетинг у виробничих і невиробничих сферах», «Міжнародний маркетинг»).

Як позитивний момент доцільно відзначити включення дисциплін аналітичного спрямування (Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності, Аналітика в маркетингу, Прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі), що формують важливі для сучасного маркетолога компетентності з обробки та аналізу даних.

Загалом, представлена освітньо-професійна програма «Маркетинг» є актуальною, відповідає сучасним потребам ринку праці та вимогам до підготовки бакалаврів маркетингу. Програма демонструє системний підхід до формування професійних компетентностей майбутніх маркетологів та може бути рекомендована до впровадження.

**Завідувач кафедри облікових  
технологій та бізнес-аналітики  
Державного податкового  
університету, к.е.н., доцент**



**Т.М. Паянок**