

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальність 075 «Маркетинг»
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Державний університет «Житомирська політехніка»

Метою освітньо-професійної програми визначено підготовку бакалаврів маркетингу, які володіють фундаментальними теоретичними знаннями та відповідними компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних форм власності та видів економічної діяльності; які вміють застосовувати інноваційні та креативні способи вирішення маркетингових питань задля досягнення поставлених цілей; які здатні використовувати набуті знання та уміння з питань маркетингу в умовах цифровізації, розвитку електронної комерції, глобалізації ринків і актуалізації соціально- та екологічно-відповідального бізнесу.

Структура програми передбачає збалансований комплекс логічно взаємопов'язаних обов'язкових освітніх компонент, передбачає широкі можливості вибору дисциплін на вибір та практичну складову, чим уможливорює формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувача вищої освіти та здобуття ним сукупності професійних і соціальних навичок, необхідних для фахової маркетингової діяльності на національному та міжнародному рівнях.

Особливістю програми визначено комплексний підхід до здобуття теоретичних знань у сфері маркетингу, зокрема у контексті окремих суб'єктів господарювання, так і цілих ринків національного і міжнародного рівнів. Основою є класична маркетингова модель «4Р», яка передбачає основні складові маркетингу – товар, ціну, розподіл і комунікації (просування). Практичні аспекти маркетингу вивчаються на основі кейсів провідних компаній України та світу. До викладання долучаються провідні експерти-практики з маркетингу.

Для удосконалення ОПП «Маркетинг» пропонуємо переглянути доцільність облікових дисциплін у програмі за кількістю та обсягами (2 семестр – Основи бухгалтерського обліку (4 кредити), 3,4 семестр – Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності (7 кредитів)).

За результатами ретельного вивчення запропонованого проекту освітньої програми вважаємо, що загалом ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 «Управління та адміністрування» Державного університету «Житомирська політехніка» відповідає нормативним вимогам, є логічно побудованою та структурованою, забезпечує підготовку висококваліфікованих фахівців, що відповідають потребам та запитам роботодавців. Зазначене дає підстави рекомендувати рецензований проект програми до реалізації.

Рецензент

Доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Київського національного лінгвістичного
університету, к.е.н., доц.



РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Державний університет «Житомирська політехніка»

Проаналізувавши структуру та зміст освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Державного університету «Житомирська політехніка», можна зробити наступні висновки щодо її актуальності та відповідності сучасним вимогам ринку праці й освітнім стандартам.

Освітньо-професійна програма має збалансовану структуру, що включає обов'язкові та вибіркові дисципліни. Вибірковість останніх дозволяє студентам обирати ті дисципліни, які корелюють з їхніми інтересами. Програма поєднує загальноосвітні дисципліни, базові економічні курси та спеціалізовані маркетингові дисципліни, що забезпечує формування як широкої фахової бази, так і специфічних професійних компетентностей у сфері маркетингу.

Аналіз дисциплін програми дозволяє відзначити комплексний підхід до підготовки маркетологів. Програма охоплює весь спектр маркетингової діяльності: від базових теоретичних знань («Основи маркетингу») до вузькоспеціалізованих напрямів («Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «Інтернет-маркетинг»). Варто відзначити акцент на аналітичній складовій підготовки фахівців. Наявність дисциплін «Обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності», «Маркетингові дослідження», «Аналітика в маркетингу» та «Прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі» засвідчує фокус на формуванні аналітичних навичок, що є критично важливими для сучасного маркетолога.

Позитивним аспектом програми є належна увага до формування цифрових компетентностей. Включення дисциплін «Цифровізація документообороту та електронний офіс» та «Інтернет-маркетинг» відображає розуміння важливості цифрових навичок у сучасному бізнес-середовищі. Також необхідно відзначити ґрунтовну мовну підготовку: щосеместрово передбачено вивчення іноземної мови, що є важливою складовою конкурентоспроможності випускників на міжнародному ринку праці. Міждисциплінарний підхід є ще однією перевагою цієї освітньої програми. До неї включено дисципліни з суміжних галузей: право, соціологія, статистика, що розширює професійний світогляд майбутніх фахівців.

У контексті сучасних вимог ринку праці було б доцільно розглянути можливість включення окремих спеціалізованих дисциплін із просування пропозицій у цифровому просторі (SMM, таргетована реклама тощо). Також рекомендуємо вивчати не тільки інтернет-маркетинг, але й відповідні дослідження, які проводяться у цифровому просторі. Це особливо актуально для роботи з різними типами організацій, зокрема громадськими, які потребують специфічних підходів до вивчення онлайн-взаємодії з цільовими аудиторіями, моніторингу соціальних медіа та оцінки ефективності цифрових кампаній.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» відповідає сучасним вимогам ринку праці та формує у здобувачів освіти актуальні компетентності, необхідні для успішної професійної діяльності у сфері маркетингу, відповідно заслуговує на позитивний відгук до впровадження.



Громадська спілка
«Чеська національна рада України»