

## Рецензія

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю D5 «Маркетинг»  
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»  
Державного університету «Житомирська політехніка»

Запропонований проект освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти на 2026 рік вступу є актуальним, комплексним та відповідає сучасним вимогам ринку праці щодо підготовки фахівців у сфері маркетингу.

Як практик з багаторічним досвідом роботи у сфері маркетингу та зв'язків з громадськістю можу відзначити що програма має низку незаперечних переваг. Передусім, це відповідність Стандарту вищої освіти та збалансоване поєднання теоретичної підготовки з практичними навичками, необхідними сучасному маркетологу. Особливо цінним вважаю включення дисциплін цифрового спрямування, зокрема «Цифровізація документообороту та електронний офіс», «Інтернет-маркетинг і дослідження в цифровому просторі», «Аналітика в маркетингу», «Таргетинг». Це повністю відповідає реальним потребам ринку, де переважна частина маркетингових комунікацій здійснюється у цифровому середовищі.

Програма забезпечує системне розуміння всіх складових класичної маркетингової моделі «4P» через певні освітні компоненти, присвячені товарній, ціновій політикам, політиці розподілу та комунікаційній політиці. Включення таких дисциплін як «Брендинг», «Маркетингові комунікації», «Рекламна діяльність» дозволяє випускникам впевнено орієнтуватися у сучасних інструментах просування та позиціонування, що є важливим для професійної діяльності.

Доцільно звернути увагу на міжнародну складову програми. Викладання іноземної мови загальної та професійної спрямованості, а також дисципліни «Міжнародний маркетинг» створює необхідне підґрунтя для роботи випускників у міжнародному середовищі та участі у програмах академічної мобільності, що розширює їхні кар'єрні можливості.

Включення до програми дисципліни «Маркетингові дослідження» з курсовою роботою, а також «Прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі» та «Аналітика в маркетингу» формує аналітичне мислення та здатність приймати рішення на основі даних, що є важливою компетентністю для сучасного маркетолога. Структура практичної підготовки з поступовим зануренням здобувачів у професійне середовище через навчальні, виробничу та переддипломну практики забезпечує формування стійких практичних навичок.

Позитивним аспектом реалізації програми є залучення професіоналів-практиків для проведення воркшопів, занять та відкритих лекцій, що дозволяє здобувачам отримувати актуальні знання про сучасні маркетингові практики та встановлювати професійні контакти з представниками індустрії. Особисто також долучаюся до проведення занять зі здобувачами, які навчаються за спеціальністю D5 «Маркетинг», тому розумію контекст такої необхідності і потреби сьогодення.

Загальний висновок за результатами ознайомлення з Проектом освітньо-професійної програми дає підстави стверджувати, що програма є якісно розробленою, реалізовує заявлену мету та забезпечує формування визначених компетентностей і програмних результатів навчання. Випускники програми володітимуть комплексом знань, умінь та навичок, необхідних для успішної професійної діяльності у сфері маркетингу на підприємствах різних форм власності, у маркетингових агенціях, медіа-компаніях та інших організаціях. Програму рекомендую до впровадження у освітній процес.

### Рецензент

д. філос., керівник відділу маркетингу  
та зв'язків з громадськістю  
Державного університету «Житомирська політехніка»



**ВИГОВСЬКА Олена**