

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

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»

За результатами ретельного вивчення запропонованого проекту освітньої програми вважаю, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» Державного університету «Житомирська політехніка» відповідає нормативним вимогам, є логічно побудованою та структурованою, забезпечує підготовку висококваліфікованих фахівців, що відповідають потребам бізнесу.

Представляючи спільноту українського бізнесу, можу наголосити на поточній необхідності робочих кадрів саме за спеціальністю «Маркетинг», що робить цю програму актуальною для роботодавців у контексті забезпеченості трудовими ресурсами. Ознайомившись з освітньо-професійною програмою «Маркетинг» Державного університету «Житомирська політехніка», можу підсумувати, що програма містить важливі компоненти для підготовки сучасних маркетологів, забезпечуючи формування необхідних компетентностей та практичних навичок студентами. Окремо необхідно зазначити, що позитивним впровадженням є залучення до викладання провідних експертів-практиків з маркетингу та використання кейсів українських / міжнародних компаній.

Завдяки співпраці з кафедрою менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій загалом, та гарантом ОПП зокрема, маю змогу також долучатися до проведення освітніх заходів здобувачів вищої освіти, які навчаються за цією програмою, та ознайомлювати їх із особливостями просування в сфері роздрібної торгівлі саме на прикладі авторинку м. Житомира.

Зазначене дає підстави рекомендувати рецензовану програму до реалізації.

Рецензент

Керівник ТОВ «Кармаркет+»



Гуцько Д.Ю.

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»

