

**РЕЦЕНЗІЯ**  
**на освітньо-наукову програму «МАРКЕТИНГ»**  
**третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії)**  
**галузі знань D Бізнес, адміністрування та право,**  
**спеціальності D5 Маркетинг**  
**кафедри маркетингу Державного університету**  
**інформаційно-комунікаційних технологій**

Актуальність підготовки докторів філософії за даною програмою зумовлена стрімкою цифровою трансформацією економіки, де традиційні маркетингові підходи поступаються місцем стратегіям, що базуються на даних. Сучасний ринок праці потребує фахівців, здатних працювати на перетині маркетингових стратегій та новітніх IT-рішень. Сьогодні галузь маркетингу гостро потребує науковців, здатних не лише концептуально мислити, а й застосовувати складні алгоритми штучного інтелекту та інструменти Big Data для прогнозування ринкових трендів.

Дана освітньо-наукова програма заповнює прогалину між фундаментальною економічною теорією та прикладними високотехнологічними рішеннями, що робить підготовку фахівців такого рівня критично важливою для інноваційного розвитку національного бізнесу. ОНП «Маркетинг» (PhD) від ДУІКТ демонструє «технологічну домінанту», що є її беззаперечною перевагою. Включення таких дисциплін як «Цифрова трансформація та AI в маркетингу» дозволяє готувати фахівців, чії наукові розробки матимуть високу практичну цінність для бізнесу. Як представник бізнесу, повністю підтримую такий вектор підготовки.

На нашу думку, оновлена освітньо-наукова програма третього рівня вищої освіти (доктор філософії) за спеціальністю D5 «Маркетинг» є сучасною та відповідає вимогам ринку праці. У той же час, ми пропонуємо у межах науково-педагогічної практики запровадити формат «Business Case Study Research». Відповідно до мети програми, аспірант має бути конкурентоспроможним науково-педагогічним працівником. Спільне розв'язання реальних кейсів під час практики дозволить ефективніше впроваджувати результати розробок у практику бізнесу. Готови співпрацювати із кафедрою у цьому напрямку.

Загалом, ця освітньо-наукова програма «Маркетинг» з підготовки доктора філософії, яку розроблено на кафедрі маркетингу в Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій, є чітко викладеною, з обґрунтованим складом дисциплін та логічним їхнім взаємозв'язком.

Маркетинг-директор

Construction Machinery LTD



Андрій НОВАЧЕНКО

**РЕЦЕНЗІЯ**  
**на освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього (освітньо-наукового)**  
**рівня вищої освіти (доктор філософії)**

У сучасних умовах цифровізації бізнесу підготовка науковців, які здатні інтегрувати інструменти штучного інтелекту в стратегічне управління, є критичною потребою ринку. Традиційний маркетинг трансформується у високотехнологічну галузь, де успіх залежить від точності прогнозних моделей та обробки масивів Big Data. Представлена ОНП «Маркетинг» для підготовки докторів філософії у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій (ДУІКТ) відзначається чіткою структурованістю та логікою побудови. Актуальність оновленої ОНП «Маркетинг» полягає у формуванні нового покоління «викладачів-дослідників», здатних здійснювати трансфер новітніх наукових знань у навчальний процес. Підготовка науковців, які одночасно є експертами в галузі цифрового маркетингу та фаховими педагогами, дозволяє забезпечити якісну підготовку випускниками аспірантури майбутніх бакалаврів та магістрів, що відповідає запитам сучасного ринку праці.

Репрезентована програма демонструє сильний акцент на прикладних технологіях через компоненти «Цифрова трансформація та AI в маркетингу» і «Data Science та Big Data в маркетингових дослідженнях». Рекомендується в межах вивчення ОК «Data Science та Big Data в маркетингових дослідженнях» передбачити можливість використання відкритих датасетів реальних компаній-партнерів для проведення емпіричних досліджень аспірантів. Це дозволить посилити практичну цінність дисертаційних робіт.

Програма повністю відповідає вимогам стандарту вищої освіти та фокусується на підготовці науковця-викладача нового покоління. Продумана структурно-логічна схема дозволяє аспірантам поетапно переходити від філософського обґрунтування гіпотез до їх перевірки на основі реальних масивів даних. Оновлена освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії) рекомендується до реалізації.

Зав. кафедри маркетингу

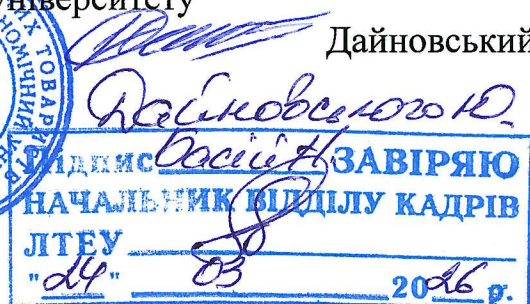
Львівського торговельно-економічного університету  
к.е.н., професор



Басій Н. Ф.

Професор кафедри маркетингу

Львівського торговельно-економічного університету  
д.е.н., професор



Дайновський Ю. А.

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «МАРКЕТИНГ»  
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право  
спеціальності D5 Маркетинг третього (освітньо-наукового)  
рівня вищої освіти (доктор філософії)

У сучасних умовах інтеграції України до європейського та світового економічного простору актуальність підготовки науковців у сфері маркетингу визначається необхідністю глибокого розуміння глобальних ринкових процесів та кроскультурних детермінант. У цій площині актуальність даної освітньо-наукової програми «Маркетинг» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право спеціальності D5 Маркетинг третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії) визначається її спрямованістю на міжнародну мобільність та публікаційну активність

Формування «викладача-дослідника», здатного поєднувати науковий пошук із сучасними освітніми технологіями, є пріоритетом для розвитку вищої школи. У рецензованій ОНП успішно реалізовано акцент на глобальному науковому контексті. Поєднання англійської підготовки та вивчення глобального маркетингу і кроскультурного аналізу створює необхідні умови для інтеграції українських дослідників у міжнародний простір Scopus/WoS. Це дозволяє не лише підвищити рівень вітчизняної маркетингової науки, а й забезпечити конкурентоспроможність українських розробок на світовій арені.

Методологічна культура, що закладається дисципліною «Сучасні наукові дослідження та організація науки», відповідає вимогам НАЗЯВО та принципам академічної доброчесності. Матриця забезпечення програмних результатів навчання підтверджує, що випускник програми буде здатний не лише проводити глибокі дослідження, а й ефективно впроваджувати їх у навчальний процес завдяки педагогічній складовій.

Для посилення міжнародної складової рекомендується заохочувати аспірантів до вибору дисциплін вільного вибору, що викладаються англійською мовою. Також рекомендуємо посилити міжнародну складову шляхом заохочення аспірантів до участі в міжнародних грантових програмах та стажуваннях.

У цілому, ОНП «Маркетинг» є інноваційною та відповідає кращим європейським практикам підготовки докторів філософії.

Проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи СНАУ  
д.е.н., професор кафедри маркетингу  
та логістики



Маргарита ЛИШЕНКО