

РЕЦЕНЗІЯ
на оновлену освітньо-професійну програму
«МАРКЕТИНГ» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки, глобалізації та посилення конкурентної боротьби особливого значення набуває підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно управляти маркетинговими процесами. Стрімкий розвиток цифрових технологій, зокрема штучного інтелекту, великих даних, автоматизації бізнес-процесів та онлайн-комунікацій, суттєво трансформує підходи до аналізу ринку, поведінки споживачів і прийняття управлінських рішень. У цих умовах сучасний маркетолог повинен володіти не лише фундаментальними знаннями у сфері економіки та маркетингу, але й сучасними цифровими компетентностями, аналітичним мисленням, навичками роботи з інформаційними системами, CRM-платформами та інструментами маркетингової аналітики. Таким чином, підготовка фахівців у сфері маркетингу повинна відповідати сучасним викликам цифрової економіки, потребам роботодавців та міжнародним стандартам, що зумовлює необхідність оновлення змісту освітніх програм та впровадження інноваційних підходів до навчання.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» орієнтована на формування у студентів системи професійних компетентностей, необхідних для ефективного здійснення маркетингової діяльності, аналізу ринкового середовища, дослідження поведінки споживачів та розробки і реалізації маркетингових стратегій. Програма спрямована на підготовку фахівців, здатних приймати обґрунтовані управлінські рішення, працювати в умовах невизначеності та швидко адаптуватися до змін бізнес-середовища. Особливістю освітньої програми є акцент на розвитку цифрових компетентностей, що є ключовими у сучасних умовах цифрової економіки. Зокрема, значна увага приділяється вивченню SMM, digital-маркетингу, маркетингової аналітики, CRM-систем, а також використанню інструментів штучного інтелекту та автоматизації маркетингових процесів. Це повністю відповідає актуальним вимогам роботодавців та сприяє підготовці конкурентоспроможних фахівців. Практична складова програми є достатньо розвиненою та відіграє важливу роль у формуванні професійних навичок студентів. Освітній процес передбачає проходження ознайомчої, виробничої та переддипломної практик, виконання курсових і проєктних робіт, участь у практичних кейсах, що дозволяє здобувачам застосовувати отримані знання в реальних умовах. Такий підхід забезпечує тісний зв'язок теоретичної підготовки з практичною діяльністю. Крім того, програма сприяє розвитку комунікативних, організаційних та управлінських навичок, здатності працювати в команді, здійснювати ефективну взаємодію з різними суб'єктами ринку та презентувати результати своєї діяльності.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» є сучасною, логічно структурованою, змістовною та практикоорієнтованою. Вона повністю відповідає вимогам сучасного ринку праці, враховує тенденції розвитку маркетингової діяльності та забезпечує підготовку висококваліфікованих і конкурентоспроможних фахівців.

Директор

ТОВ «Compressors International»

Олександр ПАВЛОВ



РЕЦЕНЗІЯ
на оновлену освітньо-професійну програму
«МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»

З впровадженням сучасних цифрових технологій, таких як штучний інтелект, великі дані та цифрові комунікаційні платформи, суттєво трансформуються підходи до маркетингової діяльності, аналізу ринку та поведінки споживачів. Це зумовлює необхідність підготовки фахівців нового покоління, які володіють актуальними знаннями, аналітичними навичками та здатністю ефективно застосовувати інноваційні маркетингові інструменти. Сучасний ринок праці висуває підвищені вимоги до маркетологів, зокрема щодо володіння digital-маркетингом, маркетинговою аналітикою, CRM-системами та інструментами автоматизації.

Освітньо-професійна програма першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» спрямована на підготовку фахівців, які здатні ефективно функціонувати в умовах динамічного ринкового середовища та цифровізації бізнес-процесів. Програма орієнтована на формування сучасного економічного мислення, розвиток практичних навичок і професійних компетентностей, необхідних для здійснення маркетингової діяльності на високому рівні. Програма враховує актуальні тенденції розвитку маркетингу та поєднує фундаментальну теоретичну підготовку з практикоорієнтованим навчанням, що сприяє формуванню конкурентоспроможних фахівців, здатних адаптуватися до змін ринку та ефективно вирішувати професійні завдання.

Сильними сторонами освітньої програми є її практикоорієнтований характер, інтеграція сучасних цифрових технологій (digital-маркетинг, CRM, SMM, маркетингова аналітика), а також залучення до освітнього процесу практиків і представників бізнесу. Це забезпечує тісний зв'язок теоретичної підготовки з реальними потребами ринку праці. Програма передбачає формування широкого спектру як загальних, так і спеціальних компетентностей, що дозволяє випускникам виконувати аналітичні, управлінські та дослідницькі функції у сфері маркетингу. Значна увага приділяється розвитку навичок роботи з інформаційними технологіями, комунікації, командної роботи та прийняття управлінських рішень. Важливою перевагою є наявність практичної підготовки (ознайомча, виробнича та переддипломна практика), що сприяє закріпленню отриманих знань і формуванню професійного досвіду. Крім того, програма враховує можливість академічної мобільності та подальшого навчання на магістерському рівні.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» є актуальною, збалансованою та відповідає сучасним вимогам ринку праці, що дозволяє рекомендувати її до впровадження та використання у підготовці здобувачів вищої освіти.

Маркетинг-директор

Construction Machinery LTD



Андрій НОВАЧЕНКО

Рецензія
на освітньо-професійну програму «МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»

Сучасний ринок праці вимагає від маркетологів глибоких теоретичних знань, розвиненого аналітичного мислення та володіння цифровими інструментами (CRM-системами, платформами аналітики й автоматизації). В умовах цифровізації та високої конкуренції професійна підготовка фахівців має бути спрямована на формування комплексних компетентностей для ефективної роботи в динамічному середовищі. Отже, професійна підготовка маркетологів повинна бути спрямована на розвиток комплексних компетентностей, що забезпечують адаптацію до змін ринкового середовища, впровадження інновацій та орієнтацію на потреби споживачів. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» повністю відповідає цим вимогам і спрямована на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних аналізувати ринок, розробляти стратегії та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Змістове наповнення програми охоплює базові та прикладні дисципліни: стратегічний маркетинг, маркетингові комунікації, поведінку споживачів, брендинг, управління продажами та логістику.

Особливу увагу в освітній програмі приділено розвитку цифрових компетентностей, що є надзвичайно важливим у сучасних умовах цифрової трансформації економіки. Зокрема, передбачено вивчення digital-маркетингу, SMM, CRM-систем, маркетингової аналітики, а також використання сучасних інформаційних технологій та інструментів автоматизації. Позитивним є також залучення до освітнього процесу фахівців-практиків, що сприяє поєднанню теоретичної підготовки з реальним досвідом бізнесу та підвищує якість підготовки здобувачів.

Важливою складовою програми є практична підготовка, яка передбачає проходження різних видів практики, виконання курсових і проектних робіт, а також участь у практичних кейсах. Це дозволяє студентам закріпити отримані знання, сформувані професійні навички та набути досвіду роботи в реальних умовах.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» є якісною, збалансованою та логічно структурованою, а її випускники відповідають сучасним вимогам роботодавців.

ТОВ «Стіл Лайн ЮА»

Директор



Федорова О.Ю.