

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-наукову програму «Маркетинг»
за спеціальністю D5 «Маркетинг» підготовки здобувачів
третього рівня вищої освіти (доктор філософії)

В умовах стрімкої цифровізації, глобалізації та зростання конкуренції компанії все частіше потребують маркетологів, які володіють системним мисленням, дослідницькими навичками та здатністю розробляти адаптивні стратегії, що враховують сучасні економічні реалії. Особливого значення набуває маркетинг в умовах воєнного та післявоєнного відновлення економіки, коли підприємства стикаються з новими викликами, такими як зниження купівельної спроможності населення, перебудова логістичних ланцюгів, зміна споживчих пріоритетів і необхідність відновлення довіри до брендів. Саме тому сучасний маркетолог повинен бути не лише аналітиком, а й стратегом, який розуміє особливості кризового менеджменту та антикризового маркетингу.

Аналіз оновленої освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня «Маркетинг» у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій свідчить про ретельний та всебічний підхід до її розробки. Програма вдало поєднує класичні фундаментальні дисципліни з інноваційними навчальними модулями, що забезпечує її відповідність актуальним потребам ринку праці. Зокрема, вона охоплює питання цифрового маркетингу, поведінкової економіки, стратегічного брендингу, аналітики даних, а також інструменти маркетингових досліджень, які дозволяють приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Програма «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня (доктор філософії) має логічну структуру, яка передбачає комплексний підхід до навчання. Вона включає дослідницькі та практичні компоненти, що сприяють розвитку критичного мислення, аналітичних здібностей та здатності застосовувати отримані знання у реальних бізнес-кейсах. Випускники цієї програми зможуть ефективно працювати в міжнародних компаніях, стартапах, консалтингових агентствах, а також у державних та громадських організаціях, що займаються економічним розвитком та відновленням бізнес-середовища.

Отже, представлена програма відповідає сучасним вимогам ринку, сприяє підготовці фахівців високого рівня та задовольняє потреби як роботодавців, так і інших зацікавлених осіб, що робить її важливим інструментом підготовки нової генерації маркетологів.

Товариство з обмеженою відповідальністю
«Compressors International»

Директор



Олександр ПАВЛОВ

РЕЦЕНЗІЯ
на оновлену освітньо-наукову програму «Маркетинг»
третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
в галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
кафедри маркетингу Державного університету
інформаційно-комунікаційних технологій

Освітньо-наукова програма третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» орієнтована на підготовку маркетологів, здатних до науково-дослідницької та аналітичної діяльності в галузі маркетингу. Програма спрямована на формування широкого спектру компетентностей, необхідних для успішної кар'єри в маркетингу, включаючи дослідницькі, аналітичні, комунікативні та управлінські навички з врахуванням сучасних тенденцій розвитку маркетингу, включаючи цифрові технології, аналітику даних та стратегічний маркетинг.

Освітні компоненти ОНП з маркетингу формують необхідний фундамент для проведення якісних наукових досліджень та розвитку кар'єри в академічному середовищі. А саме: ОК «Філософія науки» допомагає аспіранту критично оцінювати наукові теорії та концепції, а також розвивати власні філософські погляди на маркетинг як науку. ОК «Креативне мислення та науковий дискурс» розвиває здатність генерувати нові ідеї, знаходити нестандартні підходи до вирішення наукових проблем та ефективно комунікувати. ОК «Методологія наукових досліджень» забезпечує аспіранта необхідними знаннями та навичками для проведення якісних наукових досліджень у галузі маркетингу. Програма передбачає активну науково-дослідницьку діяльність, що сприяє розвитку наукового потенціалу здобувачів.

Рекомендовано розширити співпрацю з провідними міжнародними університетами та дослідницькими центрами для обміну досвідом та розвитку міжнародних проєктів.

Таким чином, оновлена освітня програма «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, розроблена кафедрою маркетингу Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій відповідає сучасним вимогам і сприяє підготовці висококваліфікованих науковців у галузі маркетингу.

Зав. кафедри маркетингу

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



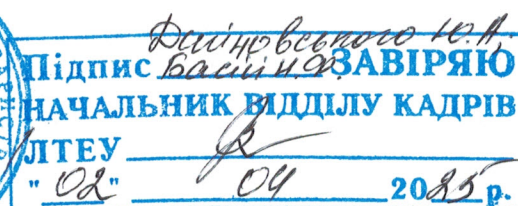
Басій Н. Ф.

Професор кафедри маркетингу

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



Дайновський Ю.А.



Рецензія
на освітньо-наукову програму «Маркетинг»
за спеціальністю D5 «Маркетинг» підготовки здобувачів третього
(освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії)

В умовах сучасного ринку, де конкуренція постійно зростає, успіх підприємства залежить від його здатності ефективно використовувати ринкові можливості та протидіяти загрозам. Ключовим інструментом для досягнення цієї мети є застосування результатів наукових досліджень, що дозволяє швидко реагувати на зміни ринкової ситуації, виявляти нові можливості для розвитку та отримувати конкурентні переваги.

Метою освітньо-наукової програми «Маркетинг» є підготовка висококваліфікованих науковців та викладачів у галузі маркетингу, здатних конкурувати на міжнародному рівні. Це передбачає: розвиток загальнонаукових та філософських компетенцій, що формують системне мислення, професійну етику та широкий культурний кругозір; набуття універсальних дослідницьких навичок, включаючи презентацію результатів досліджень, використання сучасних технологій, організацію навчання та управління науковими проєктами; поглиблене вивчення спеціалізації, включаючи основні концепції, теоретичні та практичні проблеми, історію та сучасний стан галузі; розвиток мовних компетенцій для презентації та обговорення результатів наукової роботи державною, англійською та іншими мовами ЄС. На нашу думку, освітньо-наукова програма «Маркетинг», є актуальною та інноваційною. Особливо важливо, що вона передбачає вивчення технологій розвитку метамаркетингу в маркетингу, що є необхідним в умовах цифрової трансформації та інтеграції з європейською спільнотою. Водночас, ми рекомендуємо для вільного вибору здобувачів додати курси, що поєднують маркетинг з іншими галузями, такими як ІТ, соціологія, психологія, економіка тощо.

Загалом, програма "Маркетинг" для підготовки докторів філософії, розроблена кафедрою маркетингу Державного університету телекомунікацій, має чітку структуру, обґрунтований перелік дисциплін та логічний зв'язок між ними."

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



Маргарита ЛИШЕНКО