

РЕЦЕНЗІЯ

На Проект освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування» розроблену кафедрою економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету

Сучасне розуміння соціального партнерства, що поширюється на сферу освітньої підготовки, означає спільну відповідальність освітян, органів влади та бізнесу за стан та організацію освітнього процесу такої якості, яка відповідає вимогам сучасної економіки. Тому для представників бізнесу важливо сприймати рецензування проектів освітньо-наукових програм вишів як відповідальну місію, від якої залежатимуть конкурентні переваги вітчизняної освіти.

В умовах гострої конкуренції, економічної та політичної невизначеності для бізнесу особливо важливим стає наявність магістрів з маркетингу, які мають сучасні знання, володіють інтегрованими компетентностями.

Проект Освітньо-професійної програми «Маркетинг» (ОПП), що рецензується, є прикладом того як ЦНТУ іде «в ногу з часом». ОПП орієнтована на здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», тобто призначена для підготовки магістрів з маркетингу.

Ознайомлення з розділами проекту залишає позитивне враження оскільки конкретно і стисло формулює цілі, очікувані результати, зміст, умови та послідовність реалізації освітнього процесу, технології та методи навчання, підходи до оцінювання якості підготовки випускників за даною спеціальністю, інформує про широкий спектр можливостей працевлаштування. Проаналізований проект ОПП достатньо забезпечений (кадрово, методично, матеріально, інформаційно) у відповідності до вимог законодавчих актів у сфері вищої освіти України. Вітаємо прояв «демократизму» у навчальному процесі, завдяки якому здобувачі за власним бажанням, в залежності від власних інтересів та нахилів поряд з вивченням обов'язкових дисциплін можуть обирати ті чи інші вибіркові дисципліни.

На наш погляд, дуже цінним є орієнтація змісту проекту на формування цілої низки компетентностей, важливих для практичної діяльності у сфері маркетингу. При цьому в структурі проекту ОПП закладено «гнучкість», тобто можливість змін та розвитку в залежності від кон'юнктури ринку праці, змін у вимогах стейкхолдерів. Серед таких змін було б доцільним, на наш погляд, дещо вдосконалювати з часом формулювання сутності інтегральної компетентності («здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення *інновацій* та характеризується невизначеністю умов і вимог»). Уточнюючи подане в проекті ОПП формулювання, доречно було б акцентувати увагу на розробці *маркетинг в соціальних мережах*, пов'язувати вирішення *складних завдань* з використанням цифрових технологій, що і передбачає цифровізація економіки.

Зміст проекту програми загалом враховує побажання стейкхолдерів щодо тісної взаємодії профільної кафедри з підприємствами, поліпшення якісної виробничої практики здобувачів. Немає сумнівів в тому, що перспективи розвитку підприємницьких структур Кіровоградської області та інших регіонів України великою мірою залежатимуть від притоку кваліфікованих фахівців з маркетингу, які спроможні розуміти сутність, завдання, технології маркетингу, ефективно використовувати економічні інструменти розвитку бізнесу, розробляти маркетингові стратегії. Саме на підготовку таких фахівців спрямована освітньо-професійна програма «Маркетинг», розроблена робочою групою ЦНТУ під керівництвом д.е.н, проф. Жовновач Р.І., завідувача кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики.

Викладене дозволяє констатувати, що підготовка здобувачів в межах рецензованого проекту ОПП сприятиме підготовці конкурентоспроможних фахівців у сфері бізнесу, підприємництва, торгівлі, що відповідає і завданням вищої освіти, і очікуванням підприємців.

Вважаємо за доцільне рекомендувати проаналізований проект ОПП для впровадження у *Центральноукраїнському національному технічному університеті* з метою підготовки здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», освітньої кваліфікації «магістр з маркетингу».

Рецензент:
Директор з управління проектами
ПАТ «НВП «Радій»

30.05.2022 р.

Сергій Решетицький

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
ДЗЕРКАЛЬНИК

25006 м. Кропивницький, вул. Покровська 48а. Тел./Факс (0522) 22-39-52, 22-15-36, 22-16-64, 24-74-92
р/р 26001438180200, АТ «Укрсиббанк» м. Харків МФО 351005, Код 24149793
Свідотство п.п. № 200113859, інд. П. № 241497911236

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**на проект освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого
(магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»**

В умовах глобалізації та цифровізації економіки праця маркетологів стала надзвичайно складною, набула інноваційного, дослідницького характеру. Швидко зростають вимоги до теоретичних знань і практичних навичок фахівців у сфері маркетингової діяльності, до їх здатності безперервно поглиблювати знання про планування маркетингової діяльності, товарну інноваційну політику, складові міжнародного, маркетингового та рекламного менеджменту, використання інформаційних та комунікаційних технологій з метою пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел тощо.

На тлі таких змін практикам добре зрозуміло, що оволодіти сучасним мистецтвом продажу, закупівлі, просування товарів (продукції, послуг) на ринки неможливо суто на робочому місці. Вкрай потрібна фундаментальна університетська підготовка фахівців, здатних продукувати новітні ідеї, розв'язувати комплексні проблеми маркетингу. Все це об'єктивно вимагає якісно нових підходів до змісту й технологій професійної підготовки майбутніх фахівців маркетингу.

Тому, виходячи з таких міркувань, сприймаємо позитивно підготовку в ЦНТУ проекту освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування». Проект програми підготовлений групою вчених та фахівців під керівництвом Жовновач Р.І., д.е.н., проф., завідувача кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики (гарант освітньо-професійної програми).

Ознайомлення з проектом програми засвідчує, що вона є актуальною, логічною, відрізняється чіткою постановкою цілей, завдань. Авторами проекту передбачено, що програма формує фундаментальні знання та фахові навички з маркетингу. Для цього в ЦНТУ є в наявності відповідне кадрове,

навчально-методичне, інформаційне забезпечення, яке відповідає вимогам і стандартам МОН України. Важливе місце в структурі програми відведено формуванню тих компетентностей, що відповідають сучасним потребам маркетингових служб підприємств та організацій.

З прикладної точки зору, вважаємо за доцільне зосередити окрему увагу на виокремленні у змісті проєкту програмних компетентностей – інтегральної, а також загальних та фахових. Їх аналіз дозволяє підкреслити, що перелік наведених компетентностей дійсно важливі для успішної практичної діяльності маркетолога, тому цей підхід потребує схвалення. Разом з тим, в умовах мінливості ринкового середовища і підвищення вимог до освітньої підготовки маркетологів можна очікувати зміни освітньо-професійної програми, тобто має бути постійним її корегування та розвиток.

Пропонуємо підрозділ загальних компетентностей доповнити таким: здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісні взаємодії під час вирішення поставлених завдань; здатність спілкуватися іноземною мовою як усно, так і письмово.

Аналіз проєкту програми засвідчує, що її реалізація спрямована на отримання конкретних програмних результатів, які засвідчують якість знань та створюють обґрунтовані підстави для надання здобувачам вищої освіти кваліфікації «магістр з маркетингу».

В цілому поданий на розгляд проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» відповідає своєму призначенню за актуальністю, цілями та змістом, відображає комплексне бачення навчального процесу і технологій якісної підготовки магістрів з маркетингу, що відповідає запитам практики, заслуговує схвалення та підтримки.

РЕЦЕНЗЕНТ:

Директор
ТОВ «Завод «Дзеркальник»



Олександр Буйновський

03.06.2022



РЕЦЕНЗІЯ

на Проект освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену кафедрою економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету

Специфіка підготовки фахівців з маркетингу зумовлена тими змінами, що відбуваються в українській економіці та системі вищої освіти, де взято курс на компетентнісний підхід та формування у здобувачів системного підходу до аналізу складних економічних і соціальних ситуацій, стратегічного мислення, виховання професійної мобільності.

Враховуючи широку інформаційну роль та освітній фактор, маркетинг виконує інтегруючу функцію в роботі підприємств, установ, організацій. Для задоволення потреби економіки в цілому, і ринку праці зокрема, у фахівцях такого рівня кваліфікації колективом кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики розроблено освітньо-професійну програму «Маркетинг».

Проект освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблено на основі галузевого стандарту вищої освіти. Відмітимо, що освітня програма спрямована на підвищення рівня знань та навичок застосування маркетингового інструментарію на основі використання економіко-математичного моделювання, засобів нових інформаційних технологій та програмного забезпечення.

Сформульовані програмні компетентності формують систему необхідних інтегрованих здатностей особистості, яка складається із знань, досвіду, цінностей і ставлення, що можуть цілісно реалізовуватися на практиці. Добре узгоджуються й інтегруються в Проекті освітньо-професійної програми обов'язкові компоненти. Враховуючи складні економічні умови функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання, вважаємо, що посиленню освітньої програми сприятиме включення до її складу обов'язкових компоненти, пов'язаної з управлінням ризиків.

Доцільно відзначити, що підготовка здобувачів другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» в університеті відбувається на високому професійному рівні.

Проект освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», який підготовлено колективом кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету, представляє цінність для підготовки фахівців з маркетингу для ринку праці та може бути рекомендований до впровадження в освітній процес.

Рецензент:
президент Кіровоградської регіональної
торгово-промислової палати

6.06.2022



Ірина САЄНКО

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Український бізнес в умовах кризи поступово адаптується до завдань виживання. Проте здатність багатьох підприємств до виробництва, релокації, просування товарів на ринок за умов численних ризиків втрат виявилася надзвичайно залежною від наявності справжніх професіоналів, зокрема фахівців з маркетингу з хорошими сучасними знаннями, навичками роботи у віртуальному просторі. Тому чимало підприємців майбутнє відновлення українського бізнесу значною мірою пов'язують з якісним поліпшенням освітньої підготовки фахівців у сфері маркетингу.

Зміцнення ринкових позицій українських підприємств та подальше розширення їх меж діяльності після війни неможливі без професійних знань ринкових законів і вміння обирати маркетингову стратегію розвитку. Це актуалізує необхідність забезпечення підприємств кваліфікованими кадрами з компетенціями і практичними навичками використання маркетингових принципів господарської діяльності. Виходячи з цих позицій, вельми своєчасною справою вважаємо розроблення освітньо-професійної програми «Маркетинг» у Центральноукраїнському національному технічному університеті.

Рецензування зазначеної програми засвідчило таке: актуальність змісту, продуманість сформульованої цілі та визначених завдань; логічність структури програми; поєднання теоретичних і прикладних аспектів навчання майбутнього магістра з маркетингу; чітка орієнтація на отримання головного програмного результату – якості знань випускників.

Важливо акцентувати увагу на тому, що рецензованою програмою передбачено спрямувати процес підготовки магістрів на формування низки компетентностей – інтегральної, загальних і фахових. Йдеться про формування здатності вчитися та оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї, виявляти ініціативу та підприємливість, використовувати

інформаційні і комунікаційні технології, застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміти вчасно реагувати на динамічність ринкових процесів, включатися у конкурентну боротьбу, розробляти маркетингові стратегії розвитку підприємств та ефективно застосовувати інструменти маркетингового впливу на споживачів та їх потреби. Підготовка магістрів з маркетингу передбачає співпрацю кафедр з підприємствами, набуття теоретичних знань і практичних навичок. Процес навчання включає поєднання традиційних та інноваційних методів роботи зі студентами – лекції, семінари, тренінги, дискусії (зокрема з участю фахівців-практиків) виконання креативних завдань з їх презентацією з використанням платформи MOODLe, практику на підприємствах, написання курсових робіт тощо. Здобувачі вищої освіти залучаються до наукових досліджень, участі у наукових конференціях. Вважаємо, що такий підхід формує креативні, аналітичні здібності майбутніх маркетологів, розвиває їх активну життєву позицію, привчає працювати в команді, приймати ефективні рішення.

Викладене доводить, що рецензована програма розроблена досить вдало, її структура дозволяє з часом постійно вдосконалювати зміст програми в залежності від динаміки попиту на ринку праці та змін в економіці. Результати, визначені освітньо-професійною програмою, повністю відповідають вимогам і запитам потенційних роботодавців.

Висновок: подана на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» є актуальною і такою, що повністю відповідає стандартам вищої освіти, вимогам потенційних роботодавців (стейкхолдерів) до випускників спеціальності, забезпечує сучасну та якісну фахову підготовку магістрів з маркетингу, отже, може бути рекомендована для практичного впровадження у Центральноукраїнському національному технічному університеті.

Рецензент:
Директор з управління проектами
ПАТ «НВП «Радій»

12.08.2022 р.



Сергій Решетицький

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
ДЗЕРКАЛЬНИК

25006 м. Кропивницький, вул. Покровська 48а. Тел./Факс (0522) 22-39-52, 22-15-36, 22-16-64, 24-74-92
р/р 26001438180200, АТ «Укрсиббанк» м. Харків МФО 351005, Код 24149793
Свідчення п.п. № 200113859, інд. П. № 241497911236

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму підготовки здобувачів вищої освіти «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», освітньої кваліфікації «магістр з маркетингу», підготовленої робочою групою під керівництвом д.е.н, проф. Жовновач Р.І.

Завдання відбудови економіки України та її розвитку у напрямі євроінтеграції об'єктивно потребують якісних змін у підготовці професіоналів у різних галузях знань, зокрема фахівців з маркетингу. Стратегічні пріоритети подальшого розвитку країни орієнтують заклади вищої освіти на підготовку конкурентоспроможних фахівців з високим інтелектуальним потенціалом, розвиненими фаховими компетентностями, здатними до безперервного професійного розвитку.

Таким актуальним завданням відповідає запропонована для розгляду освітньо-професійна програма «Маркетинг» (ОПП). Програма призначена для другого (магістерського) рівня вищої освіти, тобто для підготовки здобувачів, які зробили вибір на користь продовження навчання в магістратурі ЦНТУ за спеціальністю 075 «Маркетинг», що відноситься до галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Запропоновану програму відрізняє чіткість поставленої мети, яка полягає у підготовці фахівців з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними програмними компетентностями (загальними та професійними), необхідними для продукування нових ідей, творчого та ефективного вирішення складних дослідницьких та інноваційних завдань і практичних проблем в сфері маркетингу на засадах освітньо-наукового розвитку за принципами формування креативності, академічної доброчесності, національної ідентичності. Сформульована мета тісно корелює з інтегральною компетентністю, зазначеною в ОПП (здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог).

Аналіз програми дозволяє підкреслити, що її структура є логічною. В ОПП чітко регламентуються цілі, очікувані результати, зміст, умови та технології реалізації освітнього процесу, оцінка якості підготовки випускника за даною спеціальністю, зрозуміло прописані компетенції, що формуються в результаті опанування знаннями з обов'язкових та вибіркового компонентів програми. Кадрове забезпечення ОПП в ЦНТУ у повній мірі відповідає профілю дисциплін, що викладаються. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, висококваліфіковані спеціалісти, що характеризує вагомий потенціал для якісного виконання програми. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях.

Суттєвою перевагою поданої на рецензування ОПП є послідовно та чітко викладена інформація щодо здатності випускників до працевлаштування, визначені робочою групою програмні компетентності (інтегральна, загальні, спеціальні), програмні результати навчання, ресурсне забезпечення реалізації освітньо-професійної програми. Наведений перелік компонент ОПП розкриває логіку підготовки здобувачів за спеціальністю 075 «Маркетинг» та враховує вимоги щодо співвідношення обов'язкових та вибіркового компонент, а також обсягів практичної підготовки.

Викладене дозволяє констатувати, що рецензована ОПП орієнтована на підготовку висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють економічним мисленням, сучасними теоретичними знаннями і розвиненими прикладними навичками, здатні розв'язувати маркетингові завдання дослідницького та управлінського характеру з використанням цифрових технологій.

З урахуванням викладеного вважаємо, що освітньо-професійна програма «Маркетинг», розроблена у Центральноукраїнському національному технічному університеті для другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», є актуальною і такою, що містить комплексний підхід до підготовки магістрів з маркетингу, відповідає сучасним вимогам, перспективним завданням розвитку економіки, може бути рекомендована до запровадження у навчальний процес.

РЕЦЕНЗЕНТ:

Директор

ТОВ «Завод»Дзеркальний»



Олександр Буйновський

17.08.2022

РЕЦЕНЗІЯ

освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», освітньої кваліфікації «магістр з маркетингу», підготовленої робочою групою ЦНТУ під керівництвом д.е.н, проф. Жовновач Р.І.

Європейський вектор розвитку України і необхідність відбудови країни після війни вимагатимуть максимального залучення наших співвітчизників до активної економічної діяльності та вдосконалення діяльності закладів освіти в інтересах підготовки професіоналів вищого гатунку. Очікується, що швидко зростатиме попит на представників багатьох професій, серед яких маркетологам має належати особливе місце, адже успіх підприємства у величезній мірі залежить від аналізу ринкового середовища, вивчення ринкової кон'юнктури, поведінки конкурентів, всебічного дослідження ринків збуту, формування бізнес-плану, планування маркетингової активності, розробки маркетингових стратегій тощо. Компетентне розв'язання цих складних завдань потребує якісної вищої освіти, належної підготовки магістрів з маркетингу. Тому слід вітати появу освітньо-професійної програми підготовки здобувачів вищої освіти «Маркетинг» на другому (магістерському) рівні освіти і сприймати її своєчасну розробку як позитивне явище, що відповідає викликам часу.

Освітньо-професійна програма (ОПП), що рецензується, підготовлена в ЦНТУ з урахуванням рекомендацій Міністерства освіти і науки України та перспективних потреб ринку праці. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовлена для здобувачів, які навчатимуться на другому (магістерському) рівні освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», яка відноситься до галузі знань 07 «Управління та адміністрування» та орієнтована на отримання освітньої кваліфікації «магістр з маркетингу».

ОПП залишає позитивне враження завдяки чіткому викладу цілей, змісту, технологій навчання, очікуваних результатів, структурованості розділів, обґрунтованості положень та спрямованості на кінцевий успіх – отримання якісних знань та працевлаштування за фахом.

Цінним для розробленої програми вважаємо те, що в її змісті передбачена оцінка якості підготовки випускника за даною спеціальністю, зрозуміло прописані компетенції, що формуються в результаті опанування знаннями з нормативних та вибіркового дисциплін програми.

Аналіз програми засвідчив, що для її успішної реалізації ЦНТУ має необхідне кадрове, інформаційне та навчально-методичне забезпечення. Для підготовки магістрів з маркетингу залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, висококваліфіковані фахівці. ОПП передбачає формування у майбутніх маркетологів економічного мислення, комунікативних здібностей, звичку до активного використання цифрових технологій, поєднання сучасних теоретичних знань з прикладними навичками маркетингової діяльності.

Результати рецензування дають підстави для висновку, що зазначена освітньо-професійна програма повністю відповідає актуальним завданням якісної підготовки магістрів з маркетингу. ОПП базується на здобутках науки і практики, орієнтує студентів на отримання актуальної спеціальності маркетолога, в межах якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра у сфері економіки та маркетингу. Вважаємо, що рецензована програма потребує схвалення, її впевнено можна рекомендувати до використання університетом для підготовки здобувачів вищої освіти на другому (магістерському) рівні вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

РЕЦЕНЗЕНТ:

Керівник відділу маркетингу
ТОВ «УДЕН-УКРАЇНА»



Євген Дігтяренко

18.08.2022 р.



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену кафедрою економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету

Процеси, що відбуваються в українській економіці та системі національної вищої освіти, зумовлюють формування нових конкурентоспроможних вимог до професійної компетентності сучасних фахівців з маркетингу та адаптованого відповідно до вимог ринку праці процесу їх професійної підготовки. Однією з таких вимог, яка збільшує можливості працевлаштування випускників ЗВО, стала необхідність використання у професійній діяльності інформаційних технологій.

Розроблена кафедрою економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики освітньо-професійна програма підготовки магістрів з маркетингу спрямована на реалізацію запитів національної економіки у новому поколінні фахівців, здатних у повному обсязі реалізувати усі функціональні види професійної діяльності в організаціях різних видів.

Подана на рецензування освітньо-професійна програма зорієнтована на ґрунтовну теоретичну та практичну підготовку і дає змогу сформувати інтегральну та комплекс загальних і спеціальних (фахових) компетентностей, які відповідають вимогам чинного Стандарту вищої освіти України та формують систему необхідних для підготовки фахівців, здатних розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

В освітньо-професійній програмі «Маркетинг» збалансовано освітні компоненти завдяки вдалому поєднанню взаємопов'язаних обов'язкових освітніх компонент та широкому вибору здобувачем вибірових компонент, що сприяє формуванню академічної свободи здобувачів та власної освітньої траєкторії професійного розвитку.

Особливо корисним вбачається, забезпечуване освітніми компонентами програми, вміння її випускників здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю у відповідності до тенденцій діджиталізації.

Систему спеціальних компетентностей розробниками доповнено із фокусуванням здобувача освіти на формуванні фахових здатностей застосовувати професійні знання у сфері цифрового маркетингу, маркетингу інформаційних продуктів та послуг та ефективно використовувати інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для підтримки маркетингових управлінських рішень.

Дана освітньо-професійна програма надає також перевагу здобувачам, у тому числі, за рахунок кращого володіння діловою іноземною мовою у професійній та науковій діяльності, яка вивчається обов'язково. Це розширює потенціал майбутніх фахівців з маркетингу та підвищує шанси його працевлаштування, в тому числі у міжнародних компаніях.

При розробці даної освітньо-професійної програми варто відзначити співпрацю зі стейкхолдерами, у тому числі, з роботодавцями. Зокрема, було враховано нашу пропозицію щодо впровадження дисципліни «Маркетинг в соціальних мережах». На нашу думку, це серцевина інтернет-маркетингу, яка є необхідною для формування довгострокових взаємовідносин зі споживачами.

Таким чином, рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» повністю відповідає другому (магістерському) рівню вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», розроблена у відповідності до вимог чинного Стандарту вищої освіти України щодо підготовки фахівців з вищою освітою за освітнім рівнем «магістр» зі спеціальності 075 «Маркетинг», з урахуванням кращих традицій університетської освіти. Підготовка здобувачів вищої освіти за даною програмою відповідає вимогам ринку праці.

Рецензент:
президент Кіровоградської регіональної
торгово-промислової палати

21.07.2022



Ірина САЄНКО



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену кафедрою економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету

Підготовка фахівців з маркетингу повинна враховувати сучасні тенденції розвитку світової та вітчизняної економічної науки, орієнтована на підготовку компетентних фахівців, що володіють теоретичними знаннями і практичним умінням, дозволяє сформувати сучасну систему поглядів та спеціальні знання у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності суб'єктів господарювання.

Освітньо-професійну програму сформовано згідно комплексу загальних і спеціальних (фахових) компетентностей, які відповідають вимогам чинного Стандарту вищої освіти України.

Фахову підготовку здобувачів формують обов'язкові освітні компоненти та збалансована частина вибіркового дисциплін фахового спрямування з можливістю формування компетентності із суміжних галузей знань, що дозволяє досягти унікальних професійних результатів навчання.

Практична підготовка за програмою фокусується на закріпленні отриманих знань та формуванні високого рівня оволодіння спеціальними вміннями й навичками з метою провадження професійної діяльності в організаціях різних видів економічної діяльності України та світу.

В комплексі це дозволяє досягти загальних цілей програми та запланованих результатів підготовки, які відповідають профілю освітньо-професійної програми.

Перевагами даної освітньо-професійної програми є використання економіко-математичного моделювання для аналізу економічних процесів, засобів нових інформаційних технологій та програмного забезпечення, що особливо актуально в умовах цифровізації економіки та сфери науково-освітніх послуг, а також високий рівень теоретичної обґрунтованості та практичного спрямування, оскільки її зміст побудовано з врахуванням нагальних потреб стейкхолдерів.

Отже, рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», яку розроблено колективом кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики Центральноукраїнського національного технічного університету, представляє цінність для підготовки професіоналів з маркетингу для ринку праці та може бути рекомендована до впровадження в освітній процес.

Рецензент:
президент Кіровоградської регіональної
торгово-промислової палати

27.08.2021



Ірина САЄНКО