РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти зі спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право розроблену на кафедрі маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблена відповідно до сучасних вимог ринку праці, тенденцій розвитку маркетингової діяльності та потреб бізнес-середовища. Програма характеризується логічною структурою, збалансованістю освітніх компонентів і спрямована на формування професійних компетентностей, необхідних для підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу.

Структура освітньо-професійної програми «Маркетинг» сформована відповідно до актуальних методичних рекомендацій Міністерства освіти і науки України. Змістове наповнення програми забезпечує формування інтегральної, загальних і фахових компетентностей, визначених Стандартом вищої освіти, та сприяє досягненню здобувачами передбачених програмних результатів навчання.

Позитивною характеристикою ОПП є включення сучасних та професійно спрямованих освітніх компонентів, зокрема дисциплін, орієнтованих на формування у здобувачів вищої освіти системного бачення сучасної маркетингової діяльності, розвиток управлінських, аналітичних та дослідницьких компетентностей, необхідних для ефективного прийняття стратегічних маркетингових рішень в умовах динамічного бізнес-середовища. Дисципліни забезпечують набуття знань і практичних навичок у сфері стратегічного та інноваційного маркетингу, маркетингової аналітики, оцінювання результативності маркетингової діяльності, проведення наукових досліджень, а також розвитку особистої ефективності та управлінських компетентностей майбутніх фахівців.

Особливої уваги заслуговує пропозиція щодо впровадження освітнього компонента «Маркетинг інновацій в продовольчих системах», актуальність якого зумовлена розвитком інноваційних технологій, цифровізацією бізнес-процесів та трансформацією продовольчих ринків в умовах реалізації принципів сталого розвитку. Включення зазначеного освітнього компонента сприятиме формуванню у здобувачів вищої освіти компетентностей щодо дослідження інноваційних процесів у продовольчих системах, виявлення перспективних ринкових можливостей, розроблення маркетингових стратегій просування інноваційних продовольчих продуктів і технологій, оцінювання споживчого сприйняття інновацій та управління їх ринковим впровадженням.

Запровадження дисципліни «Маркетинг інновацій в продовольчих системах» є доцільним та обґрунтованим, оскільки сприятиме підвищенню конкурентоспроможності випускників на ринку праці, розвитку їх здатності адаптуватися до сучасних викликів бізнес-середовища та ефективно реалізовувати принципи інноваційності у професійній діяльності.

Слід зазначити, що всі члени проектної групи мають публікації, що індексуються у наукометричних базах Scopus та WOS, мають навчальні посібники та підручники.

Всі рекомендації, які було надано під час попереднього обговорення ОПП «Маркетинг» з гарантом та проектною групою враховано.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем зі спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D Бізнес, адміністрування та право відповідає сучасним вимогам та спроможна забезпечити досягнення результатів навчання згідно зі Стандартом вищої освіти.

Рецензент,
Професор кафедри менеджменту,
економіки, статистики та цифрових технологій
Хмельницького університету управління та права
імені Леоніда Юзькова,
д-р екон. наук, проф. Світлана КОВАЛЬЧУК

