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

Як представник роботодавців та стейкхолдер освітнього процесу, вважаю, що рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» відповідає сучасним вимогам ринку праці та актуальним потребам бізнес-середовища. Програма орієнтована на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно працювати в умовах цифровізації, високої конкуренції та динамічних змін ринкового середовища. Структура освітньо-професійної програми є логічною та збалансованою, а перелік освітніх компонентів забезпечує формування у здобувачів необхідних професійних компетентностей, аналітичного мислення, управлінських навичок і практичних умінь у сфері сучасного маркетингу.

Особливо позитивно оцінюється включення до програми дисциплін, пов’язаних із маркетинговою аналітикою, стратегічним маркетингом, управлінням результативністю в маркетингу, маркетинговим менеджментом. Зазначені освітні компоненти є надзвичайно актуальними для роботодавців, оскільки сприяють підготовці фахівців, здатних приймати обґрунтовані маркетингові рішення, працювати з аналітичними даними та ефективно реагувати на сучасні виклики бізнес-середовища. Важливою перевагою програми є її практична спрямованість та орієнтація на формування управлінських та командних навичок, що є необхідними для професійної діяльності маркетолога.

Поряд з цим, враховуючи трансформацію професійних вимог до фахівців з маркетингу, доцільно посилити складові підготовки здобувачів, зорієнтовані на управління клієнтським досвідом та омніканальними маркетинговими комунікаціями. Зокрема, рекомендується розширити зміст освітніх компонентів шляхом інтеграції сучасних підходів до персоналізації маркетингових взаємодій, використання цифрових платформ комунікації, CRM-технологій, інструментів автоматизації маркетингу та аналітики поведінки споживачів. Такий підхід сприятиме формуванню у здобувачів здатності ефективно адаптувати маркетингові стратегії до динамічних змін ринкового середовища та сучасних моделей споживчої поведінки.

Необхідно зазначити також відкритість обговорення освітньої програми, врахування інтересів стейкхолдерів та сфокусованість на досягненні програмних результатів.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» відповідає сучасним потребам роботодавців та забезпечує підготовку фахівців, які володіють актуальними знаннями, професійними компетентностями та практичними навичками для ефективної діяльності у сфері маркетингу.

Рецензент,
Директор
ТОВ «НЬЮ ІМІДЖ
МАРКЕТІНГ ГРУП» Олег СІНАЮК