РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» зі спеціальності D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у Державному біотехнологічному університеті

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Державного біотехнологічного університету спрямована на підготовку фахівців, здатних розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингу, застосовувати сучасні методи дослідження ринку, обґрунтовувати маркетингові рішення та адаптуватися до змін бізнес-середовища. Аналіз змісту програми свідчить про її відповідність сучасним тенденціям розвитку маркетингової освіти, вимогам Стандарту вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг», затвердженого наказом МОН України від 05.12.2018 № 1343, та враховує положення професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринків збуту (маркетолог)», затвердженого у 2025 році.

Позитивної оцінки заслуговує структура освітньої програми, яка забезпечує послідовне формування загальних і спеціальних компетентностей, поєднання теоретичної підготовки з практичним застосуванням маркетингових інструментів. Передбачені вибіркові освітні компоненти створюють можливості для формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів, поглиблення професійних знань та набуття додаткових компетентностей відповідно до освітніх і професійних інтересів здобувача.

Особливістю програми є орієнтація на споживчий ринок і маркетингову діяльність у сталих продовольчих системах, що розширює можливості професійної підготовки здобувачів та враховує актуальні тенденції розвитку економіки. Важливою складовою є практична підготовка, спрямована на закріплення набутих знань, розвиток аналітичного мислення та формування навичок самостійного вирішення професійних завдань.

Водночас, позитивно оцінюючи зміст освітньо-професійної програми, вважаю за доцільне запропонувати заміну освітнього компонента «Фінанси, гроші та кредит» на «Фінанси підприємства». Така зміна сприятиме посиленню прикладної спрямованості підготовки майбутніх маркетологів, поглибленню їхніх знань щодо фінансового забезпечення діяльності

підприємства, планування маркетингових бюджетів, оцінювання витрат, прибутковості та економічного обґрунтування маркетингових рішень. Це дозволить посилити міждисциплінарні зв'язки між маркетинговою та фінансово-економічною підготовкою здобувачів.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» характеризується логічною побудовою, узгодженістю освітніх компонентів із визначеними компетентностями та програмними результатами навчання, належним поєднанням фундаментальної і професійно-практичної підготовки.

Вважаю, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» відповідає вимогам підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» та може бути рекомендована до реалізації в освітньому процесі Державного біотехнологічного університету з урахуванням висловленої пропозиції.

Професор кафедри маркетингу,
Національного університету харчових
технологій МОН України,
д-р екон. наук, професор Лариса СТРАШИНСЬКА



Підпис проф. Страшинської Л.В.
засвідчую