РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» підготовки фахівців за першим (бакалаврським) 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

Сучасні трансформаційні процеси в економіці, розвиток цифрових технологій, посилення вимог до маркетологів на ринку праці актуалізують необхідність удосконалення підходів до професійної підготовки фахівців у сфері маркетингу.

Представлена на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спрямована на забезпечення комплексної підготовки фахівців, здатних розв'язувати спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності. Зміст програми відображає сучасні тенденції розвитку маркетингової науки та практики, враховує потреби ринку праці й орієнтований на формування системи теоретичних знань, практичних умінь і професійних навичок, необхідних для ефективної діяльності в умовах мінливого ринкового середовища. Аналіз структури програми, змістового наповнення освітніх компонентів і передбачених методів навчання дає підстави стверджувати, що вони забезпечують можливість досягнення визначеної мети та програмних результатів навчання.

Освітньо-професійна програма розроблена відповідно до вимог чинного Стандарту вищої освіти України за спеціальністю «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Її структура характеризується логічною послідовністю освітніх компонентів, змістовою узгодженістю та спрямованістю на формування загальних і спеціальних (фахових) компетентностей. Запропонований перелік освітніх компонентів забезпечує належне поєднання фундаментальної, професійної та практичної підготовки здобувачів вищої освіти.

Ураховуючи важливість системного розуміння соціальних процесів, пропоную розглянути можливість заміни освітнього компонента «Соціологія комунікацій» на більш широкий за змістом курс «Соціологія», що забезпечить формування, структури суспільства, соціальних інститутів, групової поведінки та механізмів соціальної взаємодії. Для майбутніх маркетологів такі знання є важливими для аналізу соціальних чинників споживчої поведінки, виявлення потреб і цінностей різних соціальних груп, розуміння суспільних тенденцій та проведення маркетингових досліджень. Вивчення соціології як базової дисципліни сприятиме розширенню світоглядної та соціально-аналітичної підготовки здобувачів, тоді як питання соціальних комунікацій можуть бути інтегровані до змісту відповідних фахових освітніх компонентів.

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» є актуальною, змістовно обґрунтованою та орієнтованою на формування професійних компетентностей, затребуваних сучасним ринком праці. Програма характеризується належним науково-методичним рівнем, логічністю побудови та практичною спрямованістю, створює необхідні передумови для підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних до професійної самореалізації, інноваційної діяльності та ефективного розв'язання маркетингових завдань.

Вважаю, що ОПП «Маркетинг» відповідає сучасним вимогам до підготовки бакалаврів за спеціальністю D5 «Маркетинг» і може бути рекомендована до реалізації в Державному біотехнологічному університеті.

Рецензент,
Президент ГО «Українська асоціація маркетингу»,
к.е.н., доцент Ірина ЛИЛИК