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

Процеси, що відбуваються в сучасній економіці зумовлюють необхідність формування нових, конкурентоспроможних вимог до професійної компетентності сучасних фахівців та удосконалення процесу їх професійної підготовки. Отже, існує актуальна потреба у розробці таких програм, які здатні забезпечити отримання здобувачем вищої освіти фахових компетентностей, необхідних для впровадження ефективної діяльності в певній галузі.

Метою представленої на рецензію освітньо-професійної програми «Маркетинг» є підготовка бакалаврів маркетингу нової формації, здатних вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності для вітчизняної та європейської економіки, працювати в умовах швидко змінного, багатоваріантного середовища, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Програма базується на здобутті навичок та знань в галузі маркетингу та ґрунтується на здатності випускників здійснювати професійну діяльність у сфері маркетингу на підприємствах різних галузей. Здобуті компетентності дають можливість здійснювати маркетингову діяльність системно. Програма передбачає оптимальне поєднання теоретичної та практичної підготовки сучасного фахівця маркетингу.

Освітньо-професійна програма розроблена у відповідності Стандарту вищої освіти та Професійному стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (Маркетолог)». Освітні компоненти формують загальні та фахові компетентності, необхідні для отримання програмних результатів навчання.

Водночас, з позиції представника роботодавців, доцільно посилити практикоорієнтовану складову освітньо-професійної програми в частині використання сучасних цифрових інструментів маркетингової діяльності та управління взаємовідносинами з клієнтами. Зокрема, рекомендується розширити зміст відповідних освітніх компонентів питаннями застосування CRM-систем, автоматизації маркетингових комунікацій, цифрових технологій залучення та утримання клієнтів, а також оцінювання результативності маркетингових заходів. Реалізація зазначеної пропозиції сприятиме формуванню прикладних цифрових та аналітичних компетентностей здобувачів, підвищенню їхньої готовності до виконання професійних завдань і забезпеченню відповідності підготовки випускників актуальним потребам роботодавців.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем зі спеціальності

D5 «Маркетинг», галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» дає можливість отримати майбутньому фахівцю здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності та може бути рекомендованою до реалізації в освітньому процесі Державного біотехнологічного університету.



Виконавчий директор
ТОВ «УКР-ТРЕЙД» **Сергій МАКЄЄВ**