

Рецензія
на освітню програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Освітня програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, що реалізується на кафедрі маркетингу, інновацій та регіонального розвитку економічного факультету Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, є однією з провідних у підготовці фахівців для сучасного ринку праці в галузі управління, адміністрування та права. Тривалість навчання становить 3 роки 10 місяців (240 кредитів ЄКТС), з можливістю зарахування на основі повної загальної середньої освіти або ступеня молодшого бакалавра, без обмежень щодо форм навчання.

Мета програми полягає у підготовці фахівців, які володіють системними знаннями про маркетингову діяльність як форму взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їхніх економічних та соціальних інтересів. Предметна область охоплює теоретичні основи маркетингу як концепції управління бізнесом, включаючи принципи, функції, стратегії та інструментарій для прийняття управлінських рішень. Програма має прикладну орієнтацію, з акцентом на регіональні особливості ведення бізнесу в Україні, адаптацію до змін у маркетинговому середовищі та використання сучасних інформаційних систем і програмних продуктів.

Структура програми збалансована та відповідає стандартам вищої освіти: обов'язкові компоненти включають фундаментальні дисципліни, такі як «Вища математика», «Мікроекономіка», «Менеджмент», а також спеціалізовані курси, зокрема «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Цифровий маркетинг», «Маркетингова товарна політика та ін. Наявність вибіркового компонента забезпечує студентам можливість варіативності та індивідуалізації освітньої траєкторії. Вибірковий блок загалом побудований коректно, охоплює тематику, що відповідає актуальним запитам здобувачів, та дає змогу поглиблювати окремі напрями професійної підготовки. Практичний блок представлений виробничими практиками («Маркетингові дослідження», «Професійно-орієнтовані дисципліни»), міждисциплінарними курсовими роботами та індивідуальними проектами.

Особливістю програми є її орієнтація на сьогоденні та перспективні потреби: інтеграція цифрових технологій, фокус на сталому розвитку регіональних ринків та підготовка до крос-функціональної взаємодії в командах. Викладацький склад кафедри, що складається з досвідчених фахівців з докторськими та кандидатськими ступенями, забезпечує високий рівень теоретичної та практичної підготовки.

Важливо підкреслити, що програма інтегрує елементи академічної доброчесності, розвиток комунікативних навичок, проєктної діяльності та самостійної роботи студентів. Стимулювання участі здобувачів у науково-

дослідній діяльності, конкурсах, маркетингових проектах та партнерських заходах свідчить про спрямованість програми на формування активної професійної позиції випускника.

Зважаючи на проведений аналіз, освітню програму «Маркетинг» бакалаврського рівня можна оцінити як сучасну, методично узгоджену та таку, що відповідає європейським і національним підходам до забезпечення якості вищої освіти. З погляду роботодавця, програма забезпечує формування компетентного, конкурентоспроможного фахівця з маркетингу, здатного працювати у різних сегментах ринку та ефективно реагувати на виклики глобального та цифрового середовища.

Директор ТОВ «Автоподіум»



Віталій ГУЛЯК