

Рецензія

на освітню програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича

Розвиток вищої освіти в Україні повинен базуватись на таких освітніх програмах, в яких би поєднувались і набуття теоретичних знань, і формування певного практичного досвіду тих професійних компетентностей, які прямо стосуються майбутньої професійної діяльності студента. Маркетинг, як наука і практика управління підприємством на ринку, завжди націлений на формування попиту споживачів, найбільш повне його задоволення через розвиток виробництва і торгівлі та ще й при цьому повинен забезпечувати ефективне функціонування сучасного бізнесу.

У цьому плані рецензована освітня програма «Маркетинг», розроблена у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича, є більш ніж актуальною. На нашу думку, завдяки цій програмі, здобувачі освіти можуть набути тих професійних компетентностей, які необхідні їм для здійснення сучасної фахової маркетингової діяльності на підприємствах. Для того, щоб освітня програма завжди знаходилась на рівні новітніх досягнень в теорії та практиці маркетингу, щоб студенти оволодівали самими сучасними знаннями, розуміли нові ідеї та технології маркетингової діяльності, вміли приймати важливі управлінські рішення, необхідне наповнення освітньої програми найбільш сучасними дисциплінами, які використовують при підготовці маркетингологів у передовому світі. Бажаним для студентів є також залучення в освітній процес фахівців-практиків високого рівня, які мають значний прикладний досвід ведення бізнесу. Саме це ми спостерігаємо в практиці кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, яка реалізує дану програму.

Окремо слід підкреслити важливість як обов'язкових, так і вибіркових дисциплін, які формують у здобувачів освітнього рівня ключові навички, необхідні для збору, обробки та інтерпретації ринкових даних, забезпечують їх інструментарієм для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень на основі даних, що є основою для ефективної стратегічної та операційної діяльності в умовах сучасного конкурентного середовища. Програма сприяє розвитку критичного мислення та здатності прогнозувати ринкові тенденції, що є невід'ємною частиною підготовки висококваліфікованих маркетингологів.

Для подальшого вдосконалення програми рекомендую включити до каталогу вибіркових дисциплін курс, спрямований на вивчення та застосування штучного інтелекту в щоденній роботі маркетинголога. Така дисципліна є надзвичайно актуальною в умовах цифровізації бізнес-процесів та дозволить студентам оволодіти сучасними методами роботи, що значно підвищить їхню конкурентоспроможність на ринку праці.

Я, як випускниця кафедри та очільник однієї з перших спеціалізованих маркетингових компаній, можу засвідчити високий рівень підготовки студентів, які здатні ефективно застосовувати теоретичні знання на практиці, аналізувати ринкові ситуації, розробляти та реалізовувати маркетингові плани, а також проявляти креативність і критичне мислення у вирішенні професійних завдань.

Розробляючи освітню програму «Маркетинг», проектна група врахувала як вимоги освітнього стандарту даної спеціальності за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, так і в цілому сучасні вимоги професії. Дана освітня програма повністю відповідає ключовим принципам, традиціям та вимогам вищої школи та може бути рекомендована для побудови освітнього процесу при підготовці фахівців з маркетингу.

Директор Західної маркетингової компанії

Анжеліка ПАВЛОВА

