

Рецензія

На освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого рівня вищої освіти на здобуття ступеню «магістр» за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича

Сучасні освітні програми повинні поєднуватись 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 освітня програма «Маркетинг», яку ми рецензуємо, була розроблена у Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича для підготовки магістра з маркетингу. На нашу думку, завдяки цій програмі, студенти 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 практичний досвід ведення бізнесу. Саме це ми спостерігаємо в практиці кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, яка реалізує дану програму.

Окремо слід підкреслити важливість обов'язкового курсу «Маркетинговий аналіз», який формує у студентів ключові аналітичні навички, необхідні для збору, обробки та інтерпретації ринкових даних. Ця дисципліна забезпечує магістрів інструментарієм для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень на основі даних, що є основою для ефективної стратегічної та операційної діяльності в умовах сучасного конкурентного середовища. Курс 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 «Ажиле-маркетинг» (Agile Marketing), який базується на принципах гнучкої розробки маркетингових рішень. Введення цього курсу дозволить студентам оволодіти методиками оперативної адаптації маркетингових стратегій до швидких змін ринку, навчитися ефективно працювати у крос-функціональних командах за методологіями Scrum та Kanban, а також підвищити свою конкурентоспроможність на сучасному ринку праці.

Я, як випускниця кафедри та очільник маркетингового напрямку ДП «М'ясо Буковини», можу засвідчити високий рівень підготовки студентів, які здатні ефективно застосовувати теоретичні знання на практиці, аналізувати ринкові ситуації, розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії, а також проявляти креативність і критичне мислення у вирішенні професійних завдань.

Розробляючи освітньо-професійну програму «Маркетинг», проектна група врахували як вимоги освітнього стандарту даної спеціальності за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, так і в цілому сучасні вимоги професії. Дана освітньо-професійна програма може бути рекомендована для побудови освітнього процесу при підготовці магістрів з маркетингу.



Комерційний директор ДП «М'ясо Буковини»

Діана КОКА