

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

Сучасний розвиток економіки та бізнесу відбувається в умовах цифрової трансформації, посилення конкуренції, зміни поведінки споживачів і розвитку технологій обробки даних та штучного інтелекту. За таких умов маркетинг дедалі більше поєднує стратегічне мислення, аналітичні компетентності, використання цифрових технологій і здатність приймати обґрунтовані управлінські рішення. У зв'язку з цим підготовка фахівців, здатних поєднувати фундаментальні знання із застосуванням сучасних цифрових, аналітичних та інноваційних інструментів, є надзвичайно актуальною. Саме в цьому контексті освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича заслуговує на позитивну оцінку.

Рецензована освітньо-професійна програма має чітко визначену мету, спрямовану на підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно здійснювати професійну діяльність у різних сферах економіки, застосовувати сучасне економічне мислення та інноваційні маркетингові підходи. Її реалізація ґрунтується на поєднанні освітньої, наукової та практичної складових і взаємодії з бізнесом та суспільством.

Позитивною особливістю програми є її орієнтація на сучасні маркетингові практики, новітні технології та потреби ринку праці. Зміст професійної підготовки охоплює основні напрями сучасного маркетингу: маркетингові дослідження, поведінку споживачів, маркетингові комунікації, ціноутворення, товарну політику, міжнародний і цифровий маркетинг, рекламу, паблік рилейшнз, маркетинг послуг, управління маркетингом, маркетинг інновацій та управління ризиками. Така структура забезпечує комплексність підготовки та формування системного бачення маркетингової діяльності.

Особливої позитивної оцінки заслуговує цифрово-аналітична складова програми. Включення освітнього компонента «Маркетингова аналітика та III-інструменти» та навчально-практичного тренінгу «Автоматизація та III в маркетингу» свідчить про врахування сучасних тенденцій розвитку професії маркетолога, пов'язаних зі зростанням ролі даних, автоматизації та штучного інтелекту. Це є важливою перевагою програми, оскільки сучасний фахівець повинен уміти використовувати цифрові інструменти для аналізу маркетингової інформації та підвищення ефективності маркетингових рішень.

Важливою перевагою програми є її практична спрямованість. Навчальна та виробничі практики, а також тренінг «Розробка маркетингового проекту» забезпечують застосування теоретичних знань і формування досвіду вирішення професійних завдань. Позитивною є також регіональна спрямованість програми, що дозволяє поєднати загальнонаціональний і міжнародний контекст

підготовки з потребами регіонального економічного середовища та формувати здатність адаптувати маркетингові рішення до специфіки різних ринків.

Структура освітньо-професійної програми є логічною та послідовною. Вона забезпечує формування загальних і фахових компетентностей від фундаментальної економічної підготовки до освоєння спеціалізованих маркетингових інструментів, аналітичних технологій і практичного застосування знань. Програмні результати навчання передбачають здатність аналізувати інформацію, використовувати цифрові технології, застосовувати інноваційні підходи та адаптуватися до змін маркетингового середовища.

Разом із тим програма має потенціал для подальшого розвитку. Доцільним є посилення її практикоорієнтованої складової шляхом ширшого використання реальних бізнес-кейсів і командних проєктів, а також подальше поглиблення підготовки у сфері маркетингової аналітики. Перспективним є розширення співпраці з представниками бізнесу та професійними маркетинговими організаціями у форматі спільних проєктів, тренінгів, гостьових лекцій і стажувань. Водночас зазначені напрями слід розглядати не як недоліки програми, а як можливості для її подальшого розвитку в умовах трансформації маркетингової науки, цифрових технологій та ринку праці.

Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича є актуальною, змістовно цілісною та сучасною. Її структура забезпечує поєднання фундаментальної економічної та професійної маркетингової підготовки, формування аналітичних, цифрових і практичних компетентностей, необхідних для успішної професійної діяльності. Вважаю, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» відповідає сучасним вимогам до підготовки фахівців у сфері маркетингу та може бути реалізована в освітньому процесі.

Рецензент:

завідувач кафедри маркетингу

Волинського національного університету
імені Лесі Українки,

кандидат економічних наук, доцент



Тетяна САК