

Рецензія

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «магістр» за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», розроблену на кафедрі маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Розвиток вищої освіти в Україні передбачає розробку новітніх освітніх програм, які б органічно поєднували набуття теоретичних знань з певним досвідом практичних навичок і інтегральних компетентностей, інтегрували б найбільш ефективні форми традиційного викладання з новітніми інтерактивними методами засвоєння інформації.

В процесі підготовки магістрів освітньою програмою успішно передбачено реалізацію інтегральних компетентностей – загальних і фахових – майбутніх фахівців з маркетингу, зокрема, формування здатності вчитися й оволодівати сучасними знаннями, генерувати нові ідеї, виявляти ініціативу та підприємливість, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, використовувати інформаційні і комунікаційні технології, застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані управлінські рішення. Звертає на себе увагу наповнення освітньої програми сучасними професійними дисциплінами і залучення фахівців найвищого рівня, переважно, докторів і кандидатів наук, які мають не тільки високий рівень теоретичної підготовки, але й певний практичний досвід ведення бізнесу, про що свідчать їх публікації та стажування в провідних установах та підприємствах України і зарубіжжя.

При розробці освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності D5 Маркетинг враховані вимоги освітнього стандарту спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським), сучасних вимог до професії. Особливо варто відзначити включення до програми навчальної дисципліни «Стратегії ведення переговорів та бізнес-комунікації», яка забезпечує підготовку магістрів до ефективної взаємодії в професійному середовищі, розвитку навичок ділового спілкування, а також формування стратегій ведення переговорів, що є критично важливими для сучасних фахівців з маркетингу. Дисципліна сприяє оволодінню компетенціями пов'язаними з міжособистісною взаємодією (ЗК5), які дозволяють магістрам ефективно співпрацювати в команді, налагоджувати професійні контакти та вирішувати конфлікти в процесі ділової комунікації. Для розвитку проактивного підходу до вирішення маркетингових задач та пошуку інноваційних рішень у бізнес-комунікаціях цей курс формує здатність виявляти ініціативу та підприємливість (ЗК7). Як результат, програма забезпечує досягнення заявлених програмних результатів, які дозволяють випускникам ефективно застосовувати комунікативні стратегії для досягнення професійних цілей, формують етичну основу для професійної діяльності, сприяють розвитку партнерських зв'язків і підвищенню конкурентоспроможності випускників. Включення дисципліни «Стратегії ведення переговорів та бізнес-комунікації» сприяє формуванню

конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно комунікувати в бізнес-контексті, приймати обґрунтовані рішення та будувати взаємовигідні відносини в умовах динамічного ринкового середовища.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти з галузі знань спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» (ОКР «магістр») розроблена кафедрою маркетингу, інновацій та регіонального розвитку Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича на високому рівні. Програма повністю відповідає ключовим принципам, традиціям і вимогам вищої школи.

Рецензент

**Заступник начальника
інформаційно-аналітичного відділу
виконавчого апарату
Чернівецької обласної ради**



Галина МЕЛЬНИЧУК