

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Сучасне підприємство здійснює діяльність в умовах постійних змін: цифровізація бізнес-процесів, трансформація логістичних ланцюгів, зростання вимог споживачів, євроінтеграційні процеси та нові регуляторні вимоги. У таких умовах маркетинг перестає бути лише інструментом просування продукції і стає ключовою складовою стратегічного управління підприємством. Саме тому якість підготовки майбутніх маркетологів має безпосередній вплив на конкурентоспроможність бізнесу.

Ознайомившись з оновленою ОПП «Маркетинг» 2025 року, відзначаю її системність, логічну структуру та послідовне вдосконалення порівняно з редакцією 2024 року.

Передусім слід позитивно оцінити приведення спеціальності та галузі знань у відповідність до оновленої класифікації (D5 Маркетинг, галузь знань D Бізнес, адміністрування та право), що свідчить про актуалізацію програми відповідно до змін нормативної бази.

Важливим нововведенням є розширення переліку загальних компетентностей, зокрема включення ЗК15, що передбачає здатність ухвалювати рішення з дотриманням принципів доброчесності та неприпустимості корупції. Для сучасного підприємства, яке працює в умовах підвищених вимог до прозорості управління та партнерських відносин, формування таких ціннісних орієнтирів є надзвичайно важливим.

Суттєвим кроком вперед є оновлення окремих освітніх компонентів. Зокрема, дисципліна «Правове забезпечення господарської діяльності» більш чітко відображає прикладний характер підготовки та орієнтацію на реальні управлінські ситуації. Для сучасного маркетолога розуміння правових аспектів контрактної діяльності, взаємодії з контрагентами, регуляторних вимог є обов'язковим елементом професійної компетентності.

Позитивно оцінюю оновлення вибірових блоків. З'явилися дисципліни «Бізнес-діагностика», «Корпоративне управління», «Інвестування та інвестиційний аналіз», «Бюджетування діяльності суб'єктів господарювання». Такий перелік дозволяє здобувачам формувати індивідуальну освітню траєкторію з урахуванням потреб сучасного бізнесу. Для бізнесу особливо цінними є знання з безперервного вдосконалення, фінансової аналітики та корпоративного управління, адже маркетинг тісно пов'язаний з виробничою ефективністю та інвестиційними рішеннями.

Водночас збережено і розвинуто цифровий фокус програми. Освітні компоненти «Цифровий маркетинг», «Маркетинг соціальних мереж», «Електронна комерція», «Основи веб-аналітики», «Основи веб-дизайну», тренінг «Розробка цифрового продукту» формують практичні навички роботи з цифровими каналами, аналітичними інструментами та цифровими продуктами. У реальній діяльності підприємства це означає здатність фахівця

працювати з онлайн-просуванням, аналітикою політу, CRM-системами та електронними каналами збуту.

Слід також відзначити збереження значного обсягу практичної підготовки: навчальна та виробничі практики, курсова робота. Такий підхід сприяє формуванню прикладних навичок, що є критично важливими для швидкої адаптації випускника на робочому місці.

В оновленій програмі більше уваги приділяється питанням управління ризиками, фінансовій стійкості, корпоративній культурі та відповідальності бізнесу. Це відповідає сучасним викликам, з якими стикаються підприємства, зокрема в умовах воєнного стану та нестабільного економічного середовища.

Загалом ОПП «Маркетинг» редакції 2025 року є результатом послідовного розвитку та вдосконалення. Вона поєднує фундаментальну економічну підготовку, сучасні цифрові інструменти, практичну спрямованість та оновлені вимоги нормативної бази.

Як керівник виробничого підприємства з досвідом роботи у сфері маркетингу, вважаю, що дана освітньо-професійна програма відповідає актуальним потребам бізнесу, сприяє підготовці конкурентоспроможних фахівців і може бути рекомендована до подальшої реалізації в освітньому процесі для підготовки бакалаврів за спеціальністю D5 Маркетинг.

Голова СВСК «Селянський ліс»



Віктор МОСКВИЧ