

РЕЦЕНЗІЯ

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

Сучасний етап розвитку економіки та суспільства, динамічні глобалізаційні зміни, конкуренція на ринку освітніх послуг актуалізують питання професійної підготовки майбутніх маркетологів з принципово новими, відмінними навичками, вміннями і мисленням на основі компетентнісного підходу.

Представлена на рецензію освітньо-професійна програма «Маркетинг» визначає базові засади підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг», в якій чітко визначено мету та цілі навчання, сформульовано загальні та фахові компетентності майбутніх маркетологів.

Змістова складова ОПП включає теоретичні, практичні та науково-дослідні компоненти. Зокрема, теоретична складова включає чотири цикли:

- становлення освітньої програми спрямоване на розширення загальної підготовки здобувача («Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Історія української державності та національної культури», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Інформаційно-комунікаційні технології», «Захист прав і свобод людини», «Філософія», «Психологія», «Вступ до фаху»);

- загальноекономічний цикл сприяє формуванню економічного мислення у майбутнього маркетолога («Економічна теорія», «Економічна статистика», «Основи менеджменту», «Економіка та фінанси підприємства», «Економічний аналіз», «Основи підприємництва», «Регіональна економіка»);

- цикл професійної та практичної підготовки, спрямовані на розуміння ефективності процесів організації маркетингової діяльності сучасними підприємствами та організаціями, використанні маркетингових інструментів для вирішення поставлених завдань («Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингові комунікації»,

«Маркетингова політика розподілу», «Маркетингові дослідження», «Поведінка споживача»);

– управління маркетингом, направлений на здобуття знань щодо стратегічного планування та прийняття ефективних рішень на основі критичного аналізу маркетингової ситуації та тенденцій розвитку економіки та суспільства («Стратегічний маркетинг», «Ризик-менеджмент», «Брендинг»).

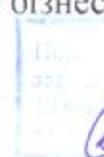
Фокус ОПП на цифрових комунікаційних технологіях під час опанування освітніх компонент «Основи веб-дизайну», «Цифровий маркетинг», «Електронна комерція», «Маркетинг соціальних мереж», тренінгу «Розробка цифрового продукту» сприятиме їх застосуванню для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень в умовах діджиталізації різних сфер економіки та суспільства.

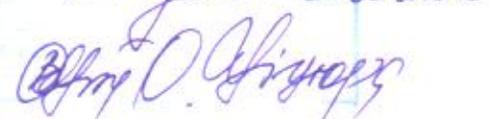
Відкритість та гнучкість системи розробки та перегляду освітніх програм дозволяє безпосередньо бізнесу впливати на процес навчання та коригувати освітню програму до вимог ринку.

Перенесення знайомства з виробничим процесом в межі університету шляхом залучення фахівців-практиків до проведення гостьових лекцій, майстер-класів, тренінгів, відвідування здобувачами вищої освіти підприємств надасть можливість майбутнім маркетологам відчутти бізнес середовище і застосувати теоретичні знання на практиці, створить підґрунтя для організації самостійної роботи на якісно нових засадах.

Загалом, ОПП «Маркетинг» відповідає потребам потенційних роботодавців, є практико орієнтованою, здатна забезпечити підготовку конкурентоздатних фахівців у сфері маркетингу, які володіють компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності в сучасному динамічному, конкурентному бізнес-середовищі.

Завідувач кафедри промислового маркетингу
Тернопільського національного технічного
університету імені Івана Пулюя
к.е.н., доцент



Богдана Оксентюк


Богдана ОКСЕНТЮК