

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування, розроблену на кафедрі менеджменту ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука»

Сучасний виробничий бізнес функціонує в умовах жорсткої конкуренції, нестабільного попиту, зростання ролі цифрових каналів збуту та комунікації. Маркетинг сьогодні – це не допоміжна функція, а стратегічний інструмент управління підприємством. Саме тому якісна підготовка фахівців з маркетингу має принципове значення для розвитку як окремих компаній, так і економіки в цілому.

Ознайомившись з ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, слід відзначити її логічну структуру, комплексність та відповідність вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг. Програма орієнтована на формування як загальних, так і спеціальних компетентностей, що дозволяють випускникам ефективно працювати у сфері маркетингової діяльності.

Зміст освітньої програми демонструє збалансоване поєднання фундаментальної економічної підготовки та професійно орієнтованих дисциплін. До ключових компонентів професійного циклу належать «Маркетинг», «Поведінка споживача», «Маркетингова політика розподілу», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження», «Стратегічний маркетинг», «Маркетингова цінова політика», що формують системне бачення маркетингової діяльності підприємства. Така структура повністю відповідає потребам реального сектору економіки, зокрема виробничих підприємств, де маркетинг інтегрований з управлінням збутом, виробництвом та фінансами.

Окремо варто відзначити блок дисциплін, спрямованих на формування цифрових компетентностей: «Інформаційно-комунікаційні технології», «Основи веб-аналітики», «Основи веб-дизайну», «Електронна комерція», «Цифровий маркетинг», «Маркетинг соціальних мереж». Для сучасного виробничого підприємства, яке активно використовує онлайн-канали продажів, CRM-системи, аналітичні інструменти та цифрові комунікації, такі знання є критично важливими. Наявність цих компонентів свідчить про актуальність програми та її адаптацію до умов цифрової економіки.

Позитивною рисою програми є практико-орієнтований характер підготовки. Передбачено навчальну та виробничі практики, а також виконання курсової роботи, що дозволяє студентам закріпити теоретичні знання на практиці. З позиції керівника виробничого підприємства можна зазначити, що саме наявність практичного досвіду, умінь аналізувати ринок, оцінювати ризики, формувати маркетингову стратегію та працювати з реальними показниками ефективності є визначальними для успішної адаптації молодого фахівця на робочому місці.

Важливо, що програмні результати навчання передбачають здатність випускників збирати та аналізувати маркетингову інформацію, обґрунтовувати управлінські рішення, оцінювати ризики, використовувати цифрові інструменти, працювати в команді та діяти соціально відповідально. Такий підхід відповідає сучасним вимогам бізнесу до маркетолога як до аналітика, стратега і комунікатора одночасно.

Загалом ОПП «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування є актуальною, структурованою та орієнтованою на потреби ринку праці. Вона забезпечує формування необхідних компетентностей для роботи в умовах сучасного виробничого підприємства та розвитку підприємницьких ініціатив.

Вважаю, що зазначена освітньо-професійна програма відповідає вимогам чинного законодавства у сфері вищої освіти та сучасним запитам бізнес-середовища і може бути рекомендована до впровадження в освітній процес.

Голова СВСК «Селянський ліс»



Віктор МОСКВИЧ