

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму Маркетинг
за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування

Сучасні кризові явища в економіці не лише створюють для маркетологів проблеми, але і відкривають нові можливості. Деякі компанії, зіштовхнувшись із скороченням попиту, не бачать перспектив для розвитку. Інші ж знаходять нові, нестандартні підходи до розв'язання нових проблем споживачів. Головними тенденціями, що стосуються маркетингу в нашій державі, є зростаючий його вплив на всі сфери людської діяльності, свідомість і поведінку людини й дедалі більш чутливе реагування маркетингу як системи на всі суттєві зміни в суспільстві. В свою чергу, зростання інформаційних технологій значною мірою вплинуло на способи надання необхідних товарів споживачам. Виросла ринкова обізнаність споживача і в той же час знизилась ефективність традиційних видів маркетингових комунікацій, що обумовлює необхідність підготовки фахівців відповідного профілю, здатних орієнтуватися в умовах невизначеності та здійснювати маркетингову діяльність з відповідним рівнем ефективності.

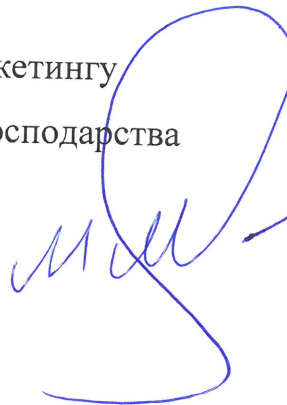
Освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена викладачами кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, факультету економіки та управління Волинського національного університету імені Лесі Українки з урахуванням вимог та Стандарту вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 Маркетинг (наказ МОНУ від 5.12.2018 р. № 1343) та запитів роботодавців та інших зацікавлених осіб. Дана освітньо-професійна програма містить перелік освітніх компонентів, курсових робіт, виробничих та навчальних практик, які в сукупності забезпечують як програмні результати навчання так і відповідні компетентності.

Однак, попри позитивні сторони розробленої програми (відповідність стандарту МОНУ, насиченість новітніми складовими, які враховують як вимоги ринку праці та роботодавців, так і сучасні тенденції змін в освітній діяльності та

соціально-економічному просторі України), вважаємо, що до нормативних освітніх компонентів ОПШ слід включити елементи, які розглядають брендинг як створення чіткого, зрозумілого та позитивного способу підвищення впізнаваності компанії та лояльності до неї, оскільки маркетинг бренду відповідає забезпеченню програмних результатів навчання згідно означеного стандарту та є вихідним при формуванні високої цінності продукції і створення комунікації між компанією та клієнтами.

Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг», перелік нормативних компонентів загального і професійних циклів, форма атестації здобувачів вищої освіти та забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) освітніми компонентами відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» і сприяють забезпеченню результатів навчання запитам потенційних роботодавців. Вважаю, що рецензовану освітню програму слід підтримати та рекомендувати для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг.

Д.е.н професор, завідувач кафедри маркетингу
Національного університету водного господарства
і природокористування


Мар'яна МАЛЬЧИК

