

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Західноукраїнського національного університету

Невизначеність зовнішнього середовища в умовах глобальних цифрових векторів розвитку суспільства генерує потребу у підготовці фахівців, які будуть мати знання і прикладні компетенції для розв'язку складних задач сфери маркетингу. Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» орієнтована на розв'язання проблем диспропорцій попиту і пропозиції на ринку в умовах цифрової економіки, формування аналітичних, лідерських, фахових компетентностей фахівця у сфері маркетингу. Метою освітньо-професійної програми є підготовка фахівців з маркетингу, які володіють сучасним креативним мисленням та здатні розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері маркетингу, що передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Запропонована структура освітньо-професійної програми відображає науково-обгрунтовану послідовність організації освітнього процесу у якісних змістових характеристиках. Рецензована освітня програма дає підстави стверджувати, що програмні результати навчання корелюються із фаховими компетентностями і визначаються змістом та завданнями освітнього процесу.

Програма дозволяє здобувачам освітнього ступеня «бакалавр» вивчати теорію і практику маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу, оволодіти креативними методиками професійної діяльності. Безперервні зміни в сфері маркетингових інновацій, які орієнтуються на діджиталізацію економіки та дослідження поведінки споживачів вимагають постійної корекції навчальних планів і змісту навчальних дисциплін, тому склад вибіркового дисциплін освітньої програми періодично оновлюється, що дозволяє враховувати тенденції розвитку сфери інтернет технологій в маркетингу.

Проведений аналіз показав, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти є самостійною, орієнтованою на цифрові інновації і формування кваліфікованого маркетолога, який буде працювати на ринку, що створюється попитом і пропозицією в умовах технологій Штучного інтелекту.

Рецензент:
д.е.н, проф., професор кафедри
економіки та фінансів
Тернопільського національного
технічного університету ім. Івана Пулюя





Наталія МАРИНЕНКО

РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань
07 «Управління та адміністрування»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Західноукраїнського національного університету**

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня розроблена у відповідності до чинного законодавства України. Вона враховує вимоги до майбутніх фахівців, які працюватимуть із новітніми цифровими технологіями сфери маркетингу, а також тенденції розвитку регіону. Враховано також пропозиції бізнесу щодо сучасної цифрової підготовки фахівців з маркетингу, а саме компетентності, які формуються за результатами вивчення таких компонент як Інтернет маркетинг, Маркетингові дослідження та аналітика, Інформаційно-комунікаційні технології.

Освітньо-професійна програма містить в описі мету, очікувані результати навчання, зміст, умови і технологію реалізації освітнього процесу, оцінку якості підготовки бакалаврів за цією спеціальністю. Також профіль ОПП включає методи, методики та технології наукового пізнання, опис необхідних інструментів та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. Випускова кафедра у своїй структурі має унікальну лабораторію нейромаркетингу і реклами та забезпечує прикладну підготовку фахівців за допомогою використання нейрообладнання та спеціальних приладів для створення фото- і відеоконтенту.

Позитивним у програмі є те, що фахові компетентності мають прикладний вектор, зорієнтовані на розв'язання проблем маркетингу в умовах цифрової економіки, формування аналітичних, лідерських, фахових компетентностей бакалавра у сфері маркетингу. Перелік дисциплін, що


включені до освітньо - професійної програми «Маркетинг» повністю відповідає завданням, що вирішуються в професійній діяльності.

В процесі ознайомлення із програмою, під час її обговорення, було запропоновано робочій групі посилити фахові компетенції майбутнього спеціаліста з маркетингу, який буде працювати в економіці, що зазнала суттєвих деструктивних змін в умовах військового стану. Тому, вважаю за доцільне реалізувати цю пропозицію в межах доповнення складових як теоретичного, так і практичного блоку програми ОК33 «Маркетингові дослідження та аналітика» та ОК34 «Міждисциплінарна курсова робота».

Загалом, освітня програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Західноукраїнського національного університету є сучасною, яка орієнтується на вимоги ринку. Освітній процес забезпечують кваліфіковані працівники, які мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують. Практичні заняття проходять в спеціальних лабораторіях із необхідним обладнанням і програмним забезпеченням. Вважаю, що рецензована освітня програма дозволяє підготувати кваліфікованого маркетолога для роботи в умовах нестабільності ринку та цифрової глобальної економіки.

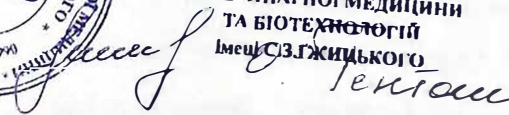
29.05.2023р

Доктор економічних наук, професор, член-кор. НААНУ,
професор кафедри маркетингу Львівського
національного університету ветеринарної
медицини та біотехнологій ім. С.З Гжицького


В.В. Липчук



ВІРНО
НАЧАЛЬНИК ВІДДІЛУ КАДРІВ
Львівського
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ
ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
ІМ. С.З. ГЖИЦЬКОГО


29.05.2023р

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»

за спеціальністю

075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

підготовки здобувачів освітнього ступеня «бакалавр»

в Західноукраїнському національному університеті

Представлена освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» Західноукраїнського національного університету включає складові, що дозволяють отримати здобувачу освітнього ступеня компетентності, які дозволяють розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми маркетингу. Програма зорієнтована на поєднання теоретичних знань з менеджменту, прикладної економіки, міжнародної економіки, податкового і фінансового законодавства ведення бізнесу, маркетингу, які уможливають оволодіння здобувачами спеціальними знаннями та навичками в діяльності маркетолога загалом, оскільки акцент робиться на здобутті знань із ведення бізнесу з використанням Інтернет маркетингу, що передбачає інтеграцію у глобалізоване цифрове майбутнє світового ринку. Передбачено поглиблені фахові знання з Інтернет маркетингу, маркетингових досліджень та аналітики, маркетингових комунікацій, товарної та цінової маркетингової політики, володіння практичними навичками нейромаркетингових технологій, а також сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Профіль освітньої програми включає мету та цілі навчання, що корелюються із досягненням результатів підготовки бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. Теоретичне та практичне значення освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, яка реалізується кафедрою маркетингу, розкривається у тому, що акцент робиться на професійно-орієнтованих дисциплінах, які забезпечують практичну підготовку

бакалавра з маркетингу та розвиток професійних компетентностей при здійсненні діяльності у галузі маркетингу. Набуті компетентності можуть бути застосовані в експертно-аналітичній, політико-організаційній, економічній, соціальній, консультаційній та громадській сферах діяльності.

Кадрове забезпечення ОПП «Маркетинг» для підготовки бакалаврів даної програми відповідає профілю дисциплін, що викладаються. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують. У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зал, тренінговий центр, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу.

Загалом, структура, рецензованої освітньо-професійної програми «Маркетинг» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» підготовки здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» збалансована, відповідає сучасним викликам ринку цифрової економіки. Також цю освітню програму можна рекомендувати для затвердження.

Д.е.н.,

професор кафедри маркетингу і логістики,

Національний університет

«Львівська політехніка»

Назар ГЛИНСЬКИЙ



ВІДГУК

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Західноукраїнського національного університету**

Запропонована для обговорення освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців з маркетингу розроблена відповідно до сучасних вимог ринку, відповідає місії та стратегії університету і спрямована на підготовку маркетологів, які можуть розглядати ринок як модель, вміють проаналізувати психологічний портрет споживача, мають теоретичні і прикладні навички роботи із інструментами Інтернет маркетингу. Також, випускник володіє такими soft skills як лідерські і комунікаційні навички, креативність, робота в команді і лідерство.

Дана освітньо-професійна програма пропонує здобувачам розглядати маркетинг як сучасну концепцію управління бізнесом. Для досягнення мети програми використовуються універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.

Деякі пропозиції для покращення прикладної підготовки фахівців з маркетингу стосуються посилення компетентностей, які відповідають за аналітичну підготовку фахівців з маркетингу, тобто, вони повинні вирішувати комплексні задачі як з пошуку необхідної інформації, так і якісного аналізу цієї інформації і оформлення звіту за результатами дослідження

В цілому вважаємо, що освітньо-професійна програма «Маркетинг», що реалізовується в Західноукраїнському національному університеті є збалансованою, відповідає вимогам економіки, яка перебуває декілька періодів у кризовій ситуації, нестабільна, проте сучасна і діджиталізована. Тому, випускник програми після її освоєння, володіє навичками і компетентностями, необхідними для професійної діяльності з маркетингу.

Випускник програми
Маркетолог ПП «Галіт»,
виробника стоматологічного обладнання
м. Тернопіль




Олена ОБШАРСЬКА

ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Західноукраїнського національного університету

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» з підготовки бакалаврів ЗУНУ розроблена відповідно до місії та стратегії університету та спрямована на формування компетентностей випускників програми у сфері маркетингу, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

Позитивним є те, що запропонована до публічного обговорення освітньо-професійна програма регламентує мету, яка передбачає застосування теорій та наукових методів відповідної галузі. Також, важливим є практична зорієнтованість на розв'язання проблем маркетингу в умовах цифрової економіки, формування аналітичних, лідерських, фахових компетентностей фахівця у сфері маркетингу.

Важливим є те, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» забезпечує можливість обрання здобувачем власної індивідуальної освітньої траєкторії завдяки опануванню значної кількості навчальних дисциплін за вибором здобувача. У зв'язку з цим, пропонується при розробці робочих програм навчальних курсів звертати увагу на практичну складову і вимоги ринку. А саме, пропонується акцентувати увагу на таких моментах:

- фахівець з маркетингу повинен вміти проводити швидкий конкурентний аналіз, в т.ч. цифровий (аналіз у веб, трафік, видимість, популярність, беклінки (згадуваність)). Інструменти, які тут допоможуть - ahrefs, similarweb, google trends, seranking;
- дуже важливо дати знання не лише про глобальну комунікацію бренду, але й про точкову і про продажі, розуміння і важливість всіх ланок продажу товарів/послуг;
- давати якомога більше живих прикладів у маркетингу, комунікації, брендингу.



тощо (бажано кейси не старше 2-3х років);

- на постійній основі для здобувачів освітньої програми розробити загальний чат, де пропонувати студентам інформацію до прочитання онлайн-ресурсів про маркетинг. За допомогою таких підказок і обговорень робіт і кейсів від експертів маркетингу, можна організувати фахову комунікацію і мотивувати майбутніх маркетологів до постійних розвідок і пошуку нових інструментів на ринку;

- як можна більше вводити прикладних тем до розроблених вже навчальних курсів, де би вирішувалися завдання із розуміння та вміння швидко і багато працювати з великими об'ємами даних. Це розвиватиме критичне мислення, вміння робити висновки (усно і письмово). Тобто, обов'язкові знання по Google Docs/Google Sheets, з метою вироблення фахових компетентностей формування висновків за результатами досліджень;

- навчити студентів подавати інформацію "читабельно". Це скоріше про копірайтинг. Треба вчитись "акцентувати та втримати увагу" подавши її в 1-2 реченнях. Вміти лаконічно формулювати думки.

В цілому, вважаю, що освітньо-професійна програма «Маркетинг», що реалізовується в Західноукраїнському національному університеті, забезпечує якісну і фахову підготовку здобувачів бакалаврату за спеціальністю Маркетинг.

Випускник програми «Маркетинг»
Співзасновник компанії Koala Masters

Микола ЛУЧИК

