

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» (галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг») підготовки магістрів на факультеті економіки і менеджменту Донбаської державної машинобудівної академії

ПрАТ «НКМЗ» є споживачем молодих фахівців і професіоналів, підготовку яких здійснює Донбаська державна машинобудівна академія. Підприємство співпрацює з ДДМА в контексті надання бази для різних видів практики здобувачів вищої освіти, зокрема тих, що навчаються на факультеті економіки і менеджменту.

Співробітники підприємства знайомі з навчальними планами більшості вузів Донбасу, які здійснюють підготовку фахівців, які затребувані на нашому виробництві. Ми також постійно аналізуємо тенденції підготовки фахівців і професіоналів, наявні механізми формування необхідних компетентностей. Слід зазначити, що до 2018 року підготовку професіоналів у сфері маркетингу не здійснював жоден заклад вищої освіти міста Краматорська, і навіть Донецької області.

Проаналізувавши зміст ОПП, навчальний план спеціальності, програму практичної підготовки (стажування) здобувачів ми дійшли таких висновків.

Підготовка професіоналів за ОПП «Маркетинг» є фундаментальною, системною та інноваційною. До навчального плану спеціальності включено дисципліни, які логічно пов'язані між собою і формують у студентів загальні та фахові (спеціальні) компетентності в сфері маркетингу, зокрема стратегічного і функціонального, забезпечення ефективного управління людськими ресурсами, маркетинговими проектами тощо.

В ОПП закладено унікальну концепцію підготовки професіоналів із маркетингу з спеціалізацією промисловий маркетинг. До навчального плану спеціальності включено навчальні дисципліни, зміст яких робить акцент на особливостях маркетинг-менеджменту промислового підприємства. Такої фахової підготовки не дають інші ЗВО, які навчають здобувачів за спеціальністю «Маркетинг».

Цілі та програмні результати навчання ОПП відображають тенденції розвитку спеціальності, національного та регіонального ринку праці. У Донецькій області наявна достатня кількість вакансій маркетолога в організаціях з різною формою власності, різною організаційно-правовою формою, різною галузевою приналежністю, а співробітники підприємств, що працюють у відділах маркетингу, збуту та реклами не завжди мають відповідну освіту. Аналогічна картина в цілому й по Україні. В ОПП цей аспект підготовки маркетологів ураховано: а) освітня програма спрямована на забезпечення не тільки

теоретичної, а й практичної підготовки професіоналів у сфері маркетингу; б) у програму практичної підготовки (стажування) студентів спеціальності «Маркетинг» закладено набуття практичних навичок з стратегічного планування, управління маркетинговою, кадровою, фінансовою, інноваційною, зовнішньоекономічною діяльністю та охороною праці на підприємстві, що особливо актуально в умовах промислового виробництва, зокрема, розташованого у зоні проведення ООС.

Програма в цілому є придатною для працевлаштування: у розділі «Профіль освітньої програми» показані види економічної діяльності, основні посади, місця праці, професійні назви робіт (відповідно до Державного класифікатора посад і професій) за спеціальністю «Маркетинг». Указано також на можливість для продовження навчання на вищому рівні.

Рекомендації:

1. У програмах окремих навчальних дисциплін приділити більше уваги проблемам лідерства та корпоративної соціальної відповідальності, що відповідає сучасним світовим трендам підготовки професіоналів і формування у них соціальних навичок. Варто також подумати над проведенням поза навчальним планом бізнес-тренінгів або започаткуванням сертифікатних освітніх програм за цією проблематикою.

2. Розпочати розроблення курсу «Цифровий маркетинг». Якщо з поняттям «цифрова економіка» вчені - економісти вже більш-менш визначились, то завдання цифрової трансформації бізнесу, розроблення цифрових стратегій і бізнес-моделей ставлять лише деякі вітчизняні фірми. При цьому ключовими напрямками роботи професіоналів стають: утворення нових організаційних структур управління; використання принципів проектування; створення у фірмі спеціального підрозділу та посади директора з цифрових технологій, зокрема технологій маркетингу; формування цифрової компетентності працівників фірми.

3. З метою актуалізації цілей та програмних результатів навчання за даною ОПП регулярно проводити моніторинг національного і регіонального ринку праці маркетологів.

У цілому ОПП «Маркетинг» з підготовки магістрів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» забезпечує комплексність підготовки професіоналів з маркетингу.

В.о. заступника начальника
ВЗ та МД ПрАТ «ІКМЗ»



О.В.Дерев'яно

ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
НОВОКРАМАТОРСЬКИЙ
МАШИНОБУДІВНИЙ
ЗАВОД
ПрАТ "НКМЗ"



ЧАСТНОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
НОВОКРАМАТОРСКИЙ
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ
ЗАВОД
ЧАО "НКМЗ"

вул. Орджонікідзе 5, м. Краматорськ, Донецька область, 84305, Україна, тел. +38 (06264) 7-88-00,
факс +38 (06264) 7-22-49, телетайп 330171, e-mail: ztm@nkmz.donetsk.ua, www.nkmz.com, код ЄДРПОУ 05763599

№ _____ На № _____ від _____

ВІДГУК

щодо змісту освітньо-професійної програми «Маркетинг» (галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг») підготовки магістрів на факультеті економіки і менеджменту Донбаської держаної машинобудівної академії

Ефективність ведення бізнесу тісно пов'язана з якістю його адміністрування – реалізацією загальних функцій управління, оскільки навіть найпродуктивніші ідеї з високим комерційним потенціалом неможливо реалізувати без вдалого маркетингу. Тому підготовка фахівців, здатних здійснювати як повсякденне, так і стратегічне управління маркетинговими бізнес-процесами, маркетинговими проектами, керувати маркетинговими підрозділами організацій є важливим завданням для вітчизняної вищої школи. Як представники бізнесу, ми вітаємо прагнення Донбаської держаної машинобудівної академії, зокрема кафедри менеджменту, підготувати таких фахівців та вважаємо, що національна економіка відчуває значну потребу в них.

Безсумнівною перевагою концепції освітньо-професійної програми є універсальність її спрямування. Навчальний план підготовки магістрів містить як дисципліни, без яких неможливо ефективно здійснювати маркетингові стратегії будь-якими організаціями (зокрема, «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент»), так і дисципліни, покликані забезпечити ефективний маркетинг у промисловому секторі економіки («Управління конкурентоспроможністю»). Універсальність спрямування освітньо-професійної програми посилює конкурентні переваги випускників на ринку праці, а також полегшує їх взаємодію з потенційними роботодавцями. Якщо слухачі програми в повному обсязі виконають навчальний план, вони матимуть широкий набір фахових компетентностей за спеціальністю «Маркетинг», що дозволить їм працювати в організаціях різного типу - з різною формою власності, різною організаційно-правовою формою, різною галузевою приналежністю.

20 001195 *

Оцінюючи випусників освітнього рівня «магістр» із позицій роботодавця, ми завжди намагалися з'ясувати професійні прагнення людей, їх цільові установки, громадські та особисті цінності. З цієї точки зору для нас є важливим те, що слухачі програми мають можливість самостійно обирати чверть дисциплін, які вони будуть вивчати. Для нас цей вибір є знаковим, адже він віддзеркалює не тільки сферу інтересів працівника, його покликання, а й своєрідне професійне налаштування. Якщо за цією програмою навчається працівник із певним досвідом роботи, право обирати дисципліни допоможе йому швидше удосконалити власні навички та отримати саме той набір знань, який є необхідним у його майбутній діяльності.

Як роботодавці, ми високо цінуємо те, що освітньо-професійна програма враховує сучасні тенденції розвитку бізнесу та технологій. Прискорений розвиток наукомістких технологій, поширення ресурсозбереження, зростання ролі Інтернету і вдосконалення систем управління в бізнесі і житті людини сприяло появі цифрової економіки, яка характеризується новими вимогами до освіти та інформації. З огляду на це, наявність у навчальному плані серед обов'язкових дисциплін та дисциплін вільного вибору таких як «Інформаційні технології в маркетингу та інтернет-маркетинг», «Цифровий маркетинг» дає можливість потенційному працівникові не тільки ознайомитися з ефективними інформаційними технологіями, а й успішно реалізувати сформовані компетентності під час управління маркетинговими проектами фірми в умовах віртуальних корпорацій та підприємств без кордонів.

Враховуючи викладене, вважаємо, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» (галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг») підготовки магістрів на факультеті економіки і менеджменту Донбаської держаної машинобудівної академії придатна для акредитації Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти, атестації осіб, які отримали ступінь магістра зі спеціальності «Маркетинг» в ДДМА, та сертифікації професіоналів.

В.о.заступника начальника
ВЗ та МД ПрАТ НКМЗ



О.В.Дерев'янку