

**РЕЦЕНЗІЯ**  
**на освітньо-професійну програму**  
**«Маркетинг»**  
**галузь знань 07 «Управління та адміністрування»**  
**спеціальність 075 «Маркетинг»**  
**розроблену кафедрою менеджмент**  
**Донбаської державної машинобудівної академії**

Сучасні елементи розвитку вітчизняної економіка, економіко-політичні невизначеності, воєнні дії та стрімкі процеси євроінтеграції визначають актуальність та необхідність конкурентоспроможних фахівців в сфері маркетингу, що володіють компетентностями, необхідними для провадження маркетингової діяльності в умовах промислового виробництва та B2B-ринку.

Зазначене дозволяє зробити висновок про необхідність розвитку та підтримки Освітньо-професійної програми «Маркетинг».

Проаналізувавши зміст ОПП, навчальний план спеціальності, програму практичної підготовки здобувачів програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня, силабуси освітніх компонентів ми дійшли таких висновків:

У даній програмі чітко прослідковуються цілі, завдання та зміст. Підготовка бакалаврів за ОПП «Маркетинг» є фундаментальною, та системною. 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 промислового, забезпечення ефективного управління ресурсами та комунікацією 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, особливостях механізмів B2B-ринку.

Однак, на наш погляд план освітньо-професійної програми, підготовки здобувачів освіти за спеціальності 075 «Маркетинг», потребує більш практичного спрямування, зокрема ми вважаємо, посилити блок дисциплін частині вибіркових освітнім компонентом «Основи конкурентоспроможності», оскільки саме розуміння основних принципів конкурентоспроможності допоможуть фахівцям з маркетингу ідентифікувати та використовувати унікальні переваги свого продукту та підприємства, краще розуміти ринкове середовище, розробляти ефективні стратегії та досягати успіху в умовах жорсткої конкуренції.

Проте, варто відзначити насиченість навчального плану сучасними дисциплінами, поглиблене вивчення складових та видів маркетингу у поєднанні із загальноекономічними теоретичними освітніми компонентами.

Загалом вважаємо, що програма є актуальною, відповідає освітній характеристиці підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього рівня бакалавр, Стандарту ВО МОН, сучасним вимогам стейкхолдерів та потребам вітчизняної економіки та рекомендується до використання у навчальному процесі підготовки бакалаврів з маркетингу.

к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу

факультету економіки та бізнес адміністрування

Національний авіаційний університет

Ганна РАДЧЕНКО

