

РЕЦЕНЗІЯ

на освітню програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

У динамічних умовах сучасного ринку маркетинг трансформується з набору інструментів впливу на споживача у потужну концептуальну основу для прийняття стратегічних рішень у бізнесі, державному управлінні та громадському секторі. Ця еволюція вимагає від освітніх програм не лише оновлення змісту, а й постійної адаптації до вимог регіонального ринку праці та глобальних тенденцій розвитку.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Полтавського державного аграрного університету демонструє саме таку здатність до гнучкого оновлення. Програма побудована з орієнтацією на практику, що дозволяє студентам не лише опановувати класичні маркетингові концепції, а й вивчати сучасні цифрові технології, аналіз даних, управління комунікаціями в умовах інформаційного переважання та змішаних медіа.

Варто підкреслити, що ОПП постійно розвивається, інтегруючи інноваційні освітні підходи та зберігаючи тісний зв'язок із професійним середовищем. Вона враховує потреби роботодавців, зміну споживацьких патернів, виклики, що постають перед регіональним бізнесом, і глобальні тренди: діджиталізацію, сталий розвиток, соціальну відповідальність брендів, етичний маркетинг. У програмі знайшло своє місце і вивчення маркетингу у сфері спорту та агросекторі – ключових напрямках, що особливо актуальні для регіону.

Структурно-логічна схема побудована з урахуванням поступового формування компетентностей – від базових знань до здатності стратегічно мислити й приймати ефективні рішення в складному конкурентному середовищі. Особливо цінним є формування аналітичного мислення, критичного підходу до інформації та здатності до міждисциплінарної взаємодії.

Колектив викладачів кафедри маркетингу – команда одностайних, що системно працює над підвищенням якості освітнього процесу. Активна співпраця з представниками бізнесу, місцевими громадами, маркетинговими агенціями та інституціями сприяє актуалізації програмних результатів навчання та адаптації змісту дисциплін до реальних викликів ринку.

Рекомендується розширити вибірково складову програми за рахунок дисциплін, пов'язаних із маркетингом соціальних ініціатив та брендингом територій – напрямками, що стрімко набувають ваги в маркетинговій практиці.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» ПДАУ відповідає сучасним освітнім і професійним запитам, динамічно розвивається й формує фахівців, здатних не лише працювати за стандартами ринку, а й задавати нові вектори розвитку у сфері маркетингу.

Начальник відділу маркетингу
та реклами ФК «Ворскла»
(2025 р.)



Олександр ВАСІН