

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Полтавського державного аграрного університету

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти Полтавського державного аграрного університету, характеризується актуальністю та загалом відповідає сучасним вимогам до підготовки фахівців у сфері маркетингу. Її змістове наповнення узгоджується з актуальними потребами ринку праці, процесами цифрової трансформації бізнесу та утвердженням принципів соціально відповідального ведення бізнесу.

Метою програми є підготовка кваліфікованих фахівців, здатних розв'язувати складні задачі та практичні проблеми у сфері маркетингового управління в умовах високої конкуренції, невизначеності й динамічних змін ринкового середовища. Її концептуальні засади поєднують прикладну спрямованість з елементами науково-дослідної підготовки, що відповідає специфіці другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Окремої позитивної оцінки заслуговує галузева спрямованість програми на проблематику аграрного бізнесу та агропродовольчих ринків. Такий змістовий акцент є обґрунтованим з огляду на профіль університету, регіональну специфіку та потреби підприємств аграрної сфери.

Практико-орієнтований характер ОПП забезпечується проходженням стажування з фаху та переддипломної практики, виконанням курсової роботи й підготовкою кваліфікаційної роботи. Сукупність зазначених складових створює умови для набуття здобувачами практичного досвіду розв'язання актуальних маркетингових завдань, проведення прикладних досліджень, аналізу ринкового середовища, розроблення маркетингових стратегій та формування обґрунтованих управлінських рекомендацій для підприємств і організацій.

Вагомою перевагою програми є поєднання базових складових магістерської підготовки з актуальними напрямками розвитку маркетингової діяльності. Зміст програми охоплює цифровізацію маркетингової діяльності, маркетингову аналітику, орієнтацію на принципи бренд-менеджменту, застосування креативних підходів у маркетингових комунікаціях та соціальну відповідальність бізнесу. Комплексне охоплення зазначених напрямів сприяє підвищенню конкурентоспроможності випускників і розширює можливості їхньої професійної реалізації.

Водночас у контексті подальшого вдосконалення доцільно повніше відобразити соціальну спрямованість освітньо-професійної програми в описі її особливостей. Це зумовлено тим, що проблематику соціально відповідального маркетингу закріплено в окремому освітньому компоненті, відповідних фахових компетентностях і програмних результатах навчання. Доцільно також чіткіше окреслити наскрізний характер інтеграції принципів соціально відповідального маркетингу у процеси проєктування маркетингових стратегій, управлінських рішень для підприємств агробізнесу.

За результатами аналізу можна констатувати, що ОПП «Маркетинг» характеризується структурною цілісністю, актуальним змістовим наповненням і практичною спрямованістю та загалом відповідає сучасним вимогам до підготовки магістрів за спеціальністю D5 «Маркетинг». Реалізація програми забезпечує формування у здобувачів вищої освіти комплексу компетентностей, необхідних для професійної діяльності у сфері маркетингового управління, стратегічного планування, цифрового маркетингу, брендингу, маркетингової аналітики, логістики та соціально відповідального розвитку бізнесу.

На підставі викладеного вважаю, що подана для рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» заслуговує на позитивну оцінку та може бути рекомендована до реалізації в освітньому процесі.

Доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри маркетингу і логістики
Національного університету
«Львівська політехніка»

Назар ГЛИНСЬКИЙ

