

РЕЦЕНЗІЯ - ВІДГУК
на освітньо - наукову програму «Маркетинг»
третього (освітньо - наукового) рівня вищої освіти «доктор філософії»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену в
Одеському національному технологічному університеті

Відродження і розвиток підприємницького сектору в економіці України, формування ринкового середовища та стрімка цифровізація підсистем маркетингово управління вкрай актуалізує необхідність внесення кардинальних змін у кадрове забезпечення всіх сфер бізнесу. Це у свою чергу вимагає якісних змін у сфері вищої освіти, обумовлює пріоритетність сучасної підготовки науково-педагогічних кадрів, яка здійснюється на третьому освітньо – науковому рівні з підготовки докторів філософії. Реалізація зазначених завдань саме у галузі «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг» може бути забезпечена впровадженням в освітній процес освітньо – наукової програми, яка б сприяла інтеграції підготовлених докторів філософії у світову науково – освітню спільноту, міжнародній кооперації у галузі науки та управлінської практики на засадах маркетингу, формуванню висококваліфікованого кадрового резерву всіх управлінських рівнів і забезпечувала б розвиток наукового та інноваційного потенціалу країни.

Освітньо – наукова програма «Маркетинг», розроблена робочою групою під керівництвом завідувача кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеського національного технологічного університету, орієнтована на підготовку докторів філософії, здатних вирішувати широкий спектр комплексних проблем професійної, педагогічної та дослідницько - інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу. Зміст окремих структурних елементів освітньо – наукової програми «Маркетинг» переконливо підкреслює її відмінність та унікальність, особливо в частині спрямованості на підготовку висококваліфікованих науково-педагогічних кадрів, здатних здійснювати науково-педагогічну діяльність з урахуванням специфіки функціонування ринкових суб'єктів у різних галузях підприємництва та зростаючої ролі формування довгострокових лояльних взаємовідносин зі споживачами.

З позиції зацікавленості представників сфери підприємництва у отриманні належного науково-методичного супроводу маркетингового управління як позитивний аспект освітньо – наукової програми слід відзначити у комплексі компетентностей, що мають отримати здобувачі програми, їх здатність до розроблення рекомендацій щодо підвищення ефективності інструментів цифрового маркетингу. Це означатиме, що сучасний бізнес може розраховувати від здобувачів програми на якісні консультаційні послуги з маркетингової аналітики та організації маркетингової діяльності на засадах використання цифрових технологій.

У освітньо - науковій програмі обґрунтований достатній рівень кадрового, матеріально-технічного та інформаційного забезпечення для її реалізації і представлений оптимальний та логічно взаємопов'язаний комплекс освітніх компонент загальної і фахової підготовки.

Позитивно слід оцінити й наявність у складі обов'язкових компонентів педагогічної практики, що не лише забезпечує здобуття компетентностей педагогічного спрямування, а й сприятиме можливості інтеграції майбутніх докторів філософії з маркетингу у світовий освітній простір.

Освітньо - наукова програма «Маркетинг» в повній мірі відповідає очікуванням стейкхолдерів, зокрема, представників бізнесу, вимогам ринку праці до претендентів на роботу у сфері науково – дослідної, експертно – аналітичної, консультаційної і науково – педагогічної діяльності та може бути рекомендована до впровадження в науково – освітній процес Одеського національного технологічного університету з підготовки докторів філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління і адміністрування».

Директор
ТОВ «ВЕСНА АГРО»
Роздільнянського району
Одеської області



Галина САМЧУК