

Рецензія-відгук

на освітньо - наукову програму «Маркетинг»
третього (освітньо - наукового) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
щодо здобуття кваліфікації «Доктор філософії з маркетингу»,
розроблену робочою групою Одеського національного
технологічного університету

Ринкові умови господарювання та притаманні їм умови жорсткої конкуренції суб'єктів підприємництва на національному та міжнародному ринках, актуалізують проблему впровадження в систему управління концепції маркетингу. У свою чергу це породжує необхідність удосконалення науково-методичного забезпечення процесу управління та обумовлює потребу у вирішенні проблеми підготовки наукових кадрів для активізації наукових досліджень у сфері маркетингу. Одночасно з цим сфера вищої освіти вимагає вирішення проблеми підготовки науково-педагогічних кадрів у галузі «Бізнес, адміністрування та право» за спеціальністю «Маркетинг», яка характеризується найбільш інтенсивними технологічними змінами порівняно з іншими спеціальностями.

У контексті зазначеного освітньо - наукова програма третього рівня вищої освіти, підготовлена в Одеському національному технологічному університеті за спеціальністю D5 «Маркетинг», заслуговує на оцінку, як така, що відповідає потребам часу та сприятиме вирішенню вище окреслених проблем науки і вищої освіти. Це доводить і аналіз змісту освітньо - наукової програми «Маркетинг» за різними її аспектами. Основний акцент у освітньо - науковій програмі робиться на комплексне поєднання у її побудові наукової та педагогічної, теоретико - методичної та прикладної складових, які, безумовно, сприятимуть отриманню синергічного ефекту від такої інтеграції окремих складових програми на основі системного підходу в процесі її реалізації. Ключові слова, відзначені в розділі «Основний фокус освітньої програми та спеціалізації» тісно корелюють з переліком обов'язкових освітніх компонентів освітньо - наукової програми як тих, що формують загальнонаукові та універсальні компетентності дослідника, так і тих, що формують фахові компетенції.

Сукупність обов'язкових освітніх компонентів освітньо - наукової програми цілком спроможна сформувати представлені в ній компетентності наукової та педагогічної спрямованості, а наявність вибіркових освітніх компонентів дасть можливість здобувачам сформувати власну індивідуальну траєкторію навчання. Позитивним є той факт, що у складі як загальнонаукових, так і фахових освітніх компонентів освітньо - наукової програми представлені компоненти, пов'язані з цифровими технологіями, що є пріоритетною та актуальною для наукових досліджень сферою маркетингу.

Вищезазначене дозволяє зробити висновок про те, що освітньо - наукова програма третього (освітньо - наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю

D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» щодо здобуття кваліфікації «Доктор філософії з маркетингу» цілком відповідає вимогам сучасності і запитам стейкхолдерів всіх сфер та інституцій, зацікавлених у підготовці науково-педагогічних кадрів, може бути позитивно оцінена науковою спільнотою та рекомендована до реалізації в освітній діяльності Одеського національного технологічного університету.

Проректор з наукової та міжнародної діяльності,
доктор економічних наук,
професор кафедри маркетингу та логістики
Сумського національного аграрного університету



Юрій ДАНЬКО