

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму Маркетинг
другого рівня вищої освіти
спеціальності D5 «Маркетинг»
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право,
розроблену на кафедрі маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеського національного технологічного університету

Стрімкий розвиток умов ведення бізнесу, загальна цифровізація економіки, зміни і трансформації бізнес-моделей призводять до посилення конкуренції на глобальних і національних ринках, що, в свою чергу диктує особливу актуальність підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу. Сучасний маркетолог повинен не лише володіти фундаментальними знаннями, а й бути здатним оперативно адаптуватися до змін, застосовувати інноваційні інструменти аналізу та просування, а також ефективно взаємодіяти з різними групами стейкхолдерів. У цьому контексті освітньо-професійна програма підготовки магістрів зі спеціальності D5 «Маркетинг», що реалізується на кафедрі маркетингу, підприємництва і торгівлі Одеського національного технологічного університету, є своєчасною та відповідає сучасним вимогам ринку праці.

Освітня програма спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системного бачення маркетингової діяльності, здатності до адаптації та дії в новій ситуації, застосовувати творчий підхід до роботи за фахом, здатності приймати обґрунтовані, стратегічні управлінські рішення та впроваджувати ефективні маркетингові інструменти в умовах динамічного бізнес-середовища. Зміст програми охоплює ключові напрями сучасного маркетингу, зокрема маркетингові технології у бізнесі, маркетинг відносин, маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, товарна інноваційна політика та політика розподілу.

Важливою перевагою програми є її практична спрямованість. Освітній процес передбачає поєднання традиційних форм навчання (лекцій, семінарів) із сучасними інтерактивними методами, серед яких кейс-стаді, проєктне навчання, робота в командах, аналіз реальних бізнес-ситуацій. Це сприяє формуванню у студентів навичок критичного мислення, креативності, генерування нових ідей, міжособистісної взаємодії та здатності працювати в умовах невизначеності і виявляти ініціативу та підприємливість. Особлива увага приділяється використанню цифрових інструментів маркетингової аналітики, що дозволяє здобувачам отримати практичні навички роботи з сучасними платформами та сервісами.

Структура освітньої програми є логічною та послідовною, що забезпечує поступове поглиблення знань від базових концепцій маркетингу до складних стратегічних аспектів управління маркетинговою діяльністю. Освітні компоненти узгоджені між собою та спрямовані на формування визначених програмних компетентностей і результатів навчання.

Система оцінювання знань здобувачів освіти є прозорою та об'єктивною, базується на поєднанні різних форм контролю, зокрема тестування, виконання індивідуальних і групових проєктів, презентацій, аналітичних звітів та кейс-завдань. Такий підхід дозволяє комплексно оцінити рівень засвоєння матеріалу та сформованість практичних навичок.

Важливим аспектом реалізації програми є її орієнтація на співпрацю з бізнес-середовищем. До освітнього процесу залучаються практики, експерти галузі, представники компаній, що сприяє наближенню навчання до реальних умов функціонування ринку. Організація практик, стажувань, участь у професійних заходах і конкурсах дозволяє студентам набути досвіду вирішення реальних маркетингових завдань і підвищує їхню конкурентоспроможність на ринку праці.

Разом з тим, з метою подальшого вдосконалення освітньо-професійної програми доцільно рекомендувати посилення міждисциплінарної інтеграції, зокрема шляхом поєднання маркетингових знань із сучасними ІТ-технологіями, аналітикою великих даних та інструментами штучного інтелекту. Також перспективним напрямом є розширення міжнародної співпраці, участь у програмах академічної мобільності, залучення іноземних викладачів і практиків. Доцільним є також поглиблення підготовки у сфері цифрового маркетингу, зокрема у напрямі автоматизації маркетингових процесів та використання data-driven підходів.

Загалом освітньо-професійна програма підготовки магістрів зі спеціальності D5 «Маркетинг» Одеського національного технологічного університету є сучасною, комплексною та орієнтованою на потреби ринку праці. Вона забезпечує формування у здобувачів вищої освіти необхідних компетентностей для успішної професійної діяльності у сфері маркетингу та створює передумови для їхнього подальшого професійного розвитку і кар'єрного зростання.

Рецензент:

**Старший маркетолог,
Digital agency 4Limes**

Єлизавета СТРУЦ