

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму 075 «Маркетинг»

за спеціальністю 075 «Маркетинг»

галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

**для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
у Західноукраїнському національному університеті**

Освітньо-професійна програма підготовки здобувачів першого рівня вищої освіти, що реалізується в Західноукраїнському національному університеті за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», відзначається актуальністю та прикладним характером. Основою навчального плану було вивчення кращих практик впровадження подібних програм у провідних вітчизняних та закордонних університетах.

Структура освітньої програми передбачає можливість формування здобувачами власної освітньої траєкторії через індивідуальний вибір навчальних дисциплін в обсязі 25% від всіх кредитів ЄКТС. Перелік дисциплін вільного вибору здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 075 «Маркетинг» містить широкий спектр дисциплін для розвитку soft skills та hard skills. Освітньо-професійна програма заснована на сучасних тенденціях розвитку маркетингу та зорієнтована на поєднання інструментів класичного маркетингу, нейромаркетингу та Інтернет-маркетингу в умовах цифрової та поведінкової економіки.

Форми та методи навчання, викладення й контролю сприятимуть досягненню заявлених в освітньо-професійній програмі цілей і програмних результатів навчання, відповідають вимогам академічної доброчесності та принципам академічної свободи.

Зміст освітньо-професійної програми відповідає місії та стратегії університету і спрямований на створення цільової компетентнісної моделі здобувачів. Навчально-методичне, матеріальне та інформаційне забезпечення цілком достатні для ведення успішного навчального процесу відповідно до поставлених програмою цільових завдань.

Загалом освітньо-професійна програма підготовки здобувачів у Західноукраїнському національному університеті за спеціальністю 075 «Маркетинг» відповідає вимогам чинного стандарту МОН України, пропонує комплексний підхід при підготовці здобувачів.

Доктор економічних наук, доцент,
в.о. завідувача каф. маркетингу і логістики
Національного університету
«Львівська політехніка»



Назар ГЛИНСЬКИЙ



РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування
у Західноукраїнському національному університеті**

Безперервні зміни в маркетингових інноваціях, обумовлені цифровізацією та глобалізацією бізнесу, суттєво вплинули на трансформацію ринку праці, що, в свою чергу, вимагає коригування запитів в частині формування професійних компетентностей здобувачів вищої освіти.

Рецензована освітньо-професійна програма розроблена із врахуванням вимог освітнього середовища на підставі стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та демонструє унікальність підготовки бакалаврів за даною спеціальністю у Західноукраїнському національному університеті. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» базується на поєднанні інструментів традиційного маркетингу, методів нейромаркетингових досліджень та Інтернет-маркетингових технологій, що визначають її особливу актуальність в умовах цифрової та поведінкової економіки.

Профіль освітньо-професійної програми визначає спрямованість освітнього процесу в напрямку формування у здобувачів *hard* та *soft skills*, необхідних для провадження ефективної маркетингової діяльності в умовах сучасних викликів та загроз зовнішнього середовища. Основний фокус при цьому робиться на розвитку креативності, ініціативності та адаптивності в процесі реалізації маркетингових управлінських рішень.

Зміст освітньо-професійної програми чітко структурований та зорієнтований на реалізацію міждисциплінарного підходу до формування освітніх компонент. Поєднання фундаментальних положень економічної науки, теорії менеджменту із практико-орієнтованим навчанням сприяє підготовці фахівців нової цифрової генерації, які володіють критичним мисленням, ґрунтовними професійними знаннями та прикладними навиками використання сучасних інформаційно-комунікаційні технології у професійній діяльності.

Програмні компетентності та результати навчання забезпечуються блоком обов'язкових дисциплін загальної та професійної підготовки. Освітні компоненти та їх логічна послідовність дозволяють досягти програмних результатів навчання, визначених стандартом першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг та особливостями орієнтації даної освітньо-професійної програми. Впровадження освітніх компонент «Нейромаркетинг» та «Інтернет-маркетинг» як таких, що формують унікальність даної програми, забезпечує розвиток фахових компетентностей, необхідних для

прийняття обґрунтованих управлінських рішень на основі досліджень поведінки споживачів як в офлайн, так і в онлайн середовищі. Досягнення зазначених в освітньо-професійній програмі результатів навчання забезпечується змістовим наповнення визначених дисциплін, їх обсягами, формами та методами навчання.

Освітньо-професійна програма забезпечує цілісну підготовку фахівців у сфері маркетингу, основою якої є студентоцентрована освітня модель проблемно зорієнтованого навчання, в ході реалізації якої застосовуються інтерактивні методики навчання, сучасне програмне забезпечення та обладнання. Можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти реалізується через наявність у навчальному плані блоку вибіркових дисциплін в обсязі, передбачених законодавством.

Загалом, рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та сучасним тенденціям ринку праці, характеризується комплексним та практико зорієнтованим підходом до підготовки бакалаврів з маркетингу, застосування якого сприяє формуванню відповідних компетентностей та досягненню програмних результатів навчання, необхідних для подальшої професійної діяльності випускників за даною спеціальністю.

Рецензент:

д.е.н, проф., професор кафедри
економіки та фінансів
Тернопільського національного
технічного університету ім. Івана Пулюя



Ірина КРАМАР



Ірина Крамар
Віктор Овчарук

ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Західноукраїнського національного університету

В умовах постійних інновацій та конкуренції маркетологи відіграють важливу роль у створенні цінності для клієнтів та забезпеченні успішності компанії. Знання та навички маркетологів дозволяють адаптуватися до мінливих ринкових умов, розробляти ефективні стратегії просування продуктів та послуг, а також ефективно взаємодіяти зі споживачами для досягнення бізнес-цілей. Саме на досягнення таких цілей і зорієнтована дана освітньо-професійна програма.

Освітньо-професійною програмою «Маркетинг» передбачено поглиблені фахові знання з Інтернет-маркетингу при формуванні стратегій та підбору інструментів просування бізнесу в соціальних мережах, контент-маркетингу, пошукової оптимізації, електронної комерції, практичні навички проведення маркетингових досліджень, аналітики, організації маркетингових комунікацій, зосереджуючи увагу на використанні як традиційних інструментів комплексу маркетингу, так і на освоєнні унікальних навичок застосування нейротехнологій. Значна увага зосереджується на особистісному розвитку, командній роботі, умінні презентувати результати роботи у сфері маркетингових досліджень, що уможливорює розвиток креативного мислення та критичного аналізу.

Зміст освітньо-професійної програми «Маркетинг» чітко структурований, а її освітні компоненти складають логічну взаємопов'язану систему. Програмні результати навчання чітко корелюють із загальними та спеціальними компетентностями, необхідними для вирішення спеціалізованих завдань у сфері професійної діяльності, та повністю забезпечуються підібраним комплексом освітніх компонент.

Основний фокус ОПП зосереджений на підготовці фахівців з маркетингу нової цифрової генерації, які володіють практичними навичками використання інструментів інтернет та нейромаркетингу. В умовах поведінкової економіки такий акцент є особливо актуальним, оскільки розуміння поведінкових патернів сучасних споживачів цифрової ери дозволяє адаптувати маркетингову діяльність компанії до нових викликів.

В цьому контексті виділення окремої освітньої компоненти ОК 36 «Нейромаркетинг» циклу професійної підготовки посилить унікальність рецензованої освітньої-професійної програми та сприятиме розвитку фахових

компетентностей сучасного маркетолога застосовувати сучасні інструменти і методи нейромаркетингових досліджень для ідентифікації мотивів поведінки споживачів, прогнозування їх реакції на маркетингові стимули та формування стратегічних управлінських рішень у сфері маркетингу.

Враховуючи вищенаведене, можна стверджувати, що рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає вимогам часу, потребам та запитам ринку праці, реалізація якої дозволяє забезпечити якісну підготовку висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, здатних застосовувати сучасні цифрові та інформаційно-комунікаційні технології у професійній діяльності, проявляти креативність, гнучкість та адаптивність до змін.

Директор
ТОВ «Маркетинг-цент «ДАЛІ»



Світлана ОЗІМКО

ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування
Західноукраїнського національного університету

У контексті цифровізації роль маркетологів набуває особливої актуальності, оскільки вони стають ключовими агентами у впровадженні інноваційних маркетингових стратегій, що базуються на аналізі баз даних, цифрових комунікаціях та технологіях. Ефективне використання цифрових інструментів та платформ дозволяє маркетологам точніше визначати потреби та поведінку споживачів, оптимізувати маркетингові кампанії, підвищувати загальну ефективність бізнесу та досягати стратегічних цілей компанії.

Основний фокус рецензованої освітньо-професійної програми чітко окреслює її спрямованість на підготовку фахівців з маркетингу, які володіють креативним мисленням, ґрунтовними знаннями і практичними навичками використання сучасних онлайн інструментів просування бізнесу, засобів Інтернет-комунікацій та аналітики даних, що підсилюється унікальними можливостями лабораторії нейромаркетингу та реклами. Розвиток цифрових компетентностей сучасного маркетолога відкриває перспективи професійної мобільності випускника ОПП та можливості дистанційної роботи як у вітчизняних, так і зарубіжних компаніях.

Цілі і програмні результати рецензованої освітньо-професійної програми «Маркетинг» враховують особливості розвитку спеціальності та сучасні запити ринку праці. Перелік, послідовність вивчення та обсяг освітніх компонент відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг. Зміст обов'язкових компонент ОПП узгоджений із вимогами відповідного стандарту вищої освіти щодо формування інтегральної компетентності у здобувачів за спеціальністю 075 Маркетинг, що визначає їх здатність вирішувати складні спеціалізовані завдання і практичні проблеми у сфері у професійній діяльності та приймати обґрунтовані рішення із підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах.

Унікальність рецензованої освітньо-професійної програми підтверджується розширенням опису фахових компетентностей та результатів навчання на доповнення до заявлених у стандарті вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг, які реалізуються в процесі вивчення ОК «Інтернет-маркетинг» та ОК «Нейромаркетинг». Така професійна орієнтація підготовки бакалаврів з маркетингу за даною ОПП сприяє розвитку фахових компетентностей у сфері прийняття рішень, пов'язаних із дослідженням біологічних, нейрофізіологічних та психологічних особливостей поведінки споживача як в онлайн, так і офлайн середовищі.

Можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії забезпечується вибірковими компонентами ОПП, що дозволяє здобувачам вищої освіти поглибити професійні знання та навички з предметної області обраної спеціальності.

Таким чином, рецензована освітньо-професійна програма сприяє досягненню зазначених у ній програмних результатів шляхом послідовного опанування обов'язкових компонент, вільного обрання вибіркових дисциплін з наступною апробацією здобутих знань і вмінь під час написання міждисциплінарної курсової роботи та проходження виробничої практики. Структура ОПП включає теоретичну та

практичну підготовку здобувачів за профілем програми, що дозволяє швидко адаптуватися до умов праці на робочому місці.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» ґрунтується на студенто-центрованому підході з чіткою орієнтацією на проблемно-професійне навчання, що передбачає поєднання традиційних та інноваційних методів викладання, сучасного програмного забезпечення та професійного обладнання для проведення маркетингових досліджень, а також залучення провідних експертів-маркетологів у форматах майстер-класів, вебінарів.

Отже, освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня повною мірою враховує вимоги стандарту вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг та формує необхідні компетентності майбутнього фахівця з маркетингу з урахуванням запитів ринку та фокусу на використання інструментів інтернет і нейромаркетингу у професійній діяльності.

Керівник відділу продаж
digital-агенції «Star Way»

 Б.П.
Володимир ГРИЖАК