

ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
Західноукраїнського національного університету

Актуальність програм підготовки з маркетингу сьогодні визначається не стільки широтою теоретичних знань, скільки їхньою здатністю формувати у випускників практичні компетенції, що безпосередньо трансформуються в ефективні бізнес-рішення та вимірюване зростання ключових показників діяльності компаній.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» повною мірою враховує актуальні тенденції підготовки високопрофесійних маркетологів для сучасного бізнесу, формуючи у здобувачів вищої освіти здатність ефективно розв'язувати спеціалізовані завдання у професійній діяльності та приймати обґрунтовані маркетингові рішення в умовах динамічних викликів і високого рівня невизначеності зовнішнього середовища.

Структура освітньо-професійної програми є логічно вибудованою, а її освітні компоненти – взаємопов'язаними, що дозволяє забезпечити системність формування у здобувачів необхідного комплексу професійних компетентностей та досягнення заявлених програмних результатів навчання.

ОПП має прикладну орієнтацію, в основі якої покладено гармонійну єдність освітнього та наукового процесів, практичної підготовки та інноваційної діяльності у сфері маркетингу. Варто відзначити, що програма демонструє різноплановий фокус на підготовці фахівців у сфері маркетингу нового цифрового покоління. При цьому робиться значний акцент на формуванні практичних навичок використання технологій Інтернет-маркетингу та застосування професійного нейрообладнання для дослідження споживчої поведінки. Цей інноваційний підхід суттєво підсилюється унікальними можливостями лабораторії нейромаркетингу та реклами, яка надає здобувачам доступ до передових дослідницьких технологій та методик.

Окремої уваги заслуговує спрямованість освітньо-професійної програми «Маркетинг» на освоєння студентами інструментів штучного інтелекту та методів роботи з великими базами даних. Це є ключовим для сучасного data-driven маркетингу, де ефективність управлінських рішень, прийнятих на основі аналізу даних, значно зростає завдяки синергії з інструментами ШІ, що створюють додаткові можливості для маркетолога у генеруванні креативного контенту, поглибленого аналізу поведінки споживачів та точного прогнозування ринкових тенденцій.

Таким чином, проведений аналіз освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дозволяє констатувати її відповідність сучасним вимогам та запитам ринку праці. Структурна та змістова наповненість програми, її орієнтація на актуальні тенденції розвитку маркетингу, зокрема в цифровому середовищі, забезпечують якісну підготовку висококваліфікованих фахівців за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Директор ТОВ «Заза Прінт»

24.05.2025



Артур КАРПЮК

ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право у Західноукраїнському національному університеті

Швидкі зміни в технологіях та поведінці споживачів спонукають бізнес активно перетворювати виклики на можливості для зростання. За таких умов якість підготовки маркетологів вимірюється їхньою реальною здатністю ефективно вирішувати актуальні бізнес-завдання та створювати реальну цінність для компаній.

Основний фокус освітньо-професійної програми «Маркетинг» спрямований на підготовку бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності та розробки інноваційних стратегій розвитку бізнесу.

Аналіз освітніх компонентів ОПП «Маркетинг» дозволяє зробити висновок про те, що вони відповідають предметній області спеціальності та враховують сучасні вимоги до тих якостей, якими повинні володіти маркетологи, а саме: розвиненого аналітичного мислення, ефективних комунікаційних навичок, впевненого володіння цифровими маркетинговими інструментами та високого рівня адаптивності й креативності. Розвиток цифрових компетентностей відкриває для здобувачів ОПП значні перспективи професійної мобільності.

Перелік, зміст та обсяг обов'язкових компонентів ОПП чітко узгоджені із заявленими загальними та фаховими компетентностями, якими має володіти бакалавр маркетингу, та викладаються в логічній послідовності. Такий підхід забезпечує досягнення програмних результатів навчання, що відповідають як стандарту вищої освіти за спеціальністю, так і актуальним вимогам роботодавців. Крім того, включення до програми унікальних освітніх компонентів надає студентам можливість сформувати додаткові фахові

компетентності та якісно посилити здобуті результати навчання, що суттєво посилює їхню конкурентоспроможність як майбутніх маркетологів.

Продумана структура освітньо-професійної програми «Маркетинг» забезпечує гнучкість у формуванні фахових компетентностей здобувачів, розвитку їх соціальних навичок, а також у реалізації індивідуальної освітньої траєкторії навчання. Вона вдало поєднує як обов'язкові компоненти, що формують фундаментальну базу фахової підготовки бакалавра маркетингу, так і широкий набір вибіркових дисциплін, які здатні задовольнити освітні потреби та інтереси здобувачів вищої освіти.

Особливої уваги заслуговує наскрізна спрямованість освітньо-професійної програми «Маркетинг» на формування у здобувачів глибоких практичних навичок у сфері цифрових комунікацій. Програма націлена на розвиток фахових компетентностей, пов'язаних із ефективним використанням сучасних digital технологій у професійній діяльності, включаючи навички просування в соціальних мережах, розробки й оптимізації веб-сайтів, здійснення електронної комерції. Такий підхід забезпечує підготовку фахівців, здатних ефективно управляти цифровими активами компанії в сучасному бізнес-середовищі.

Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право, яка реалізовується у Західноукраїнському національному університеті, повною мірою враховує вимоги стандарту вищої освіти зазначеної спеціальності та формує необхідні компетентності майбутнього фахівця з маркетингу з урахуванням актуальних запитів ринку, забезпечуючи тим самим якісну фахову підготовку майбутніх маркетологів.

Директор ТОВ «Фабрика «Ватин»

15.05.2025



Володимир Гавриленко

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «МАРКЕТИНГ»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
у Західноукраїнському національному університеті

Цифрова трансформація кардинально змінює сучасні бізнес-моделі та споживчі очікування, що актуалізує необхідність підготовки маркетологів, здатних не лише володіти новітніми технологіями, але й інтегрувати їх у цілісні, орієнтовані на результат стратегії. Відтак, сучасний маркетолог повинен не лише володіти сучасними цифровими технологіями, але й перетворювати їх на практичні рішення, що створюють реальну цінність для бізнесу та ефективно задовольняють потреби клієнтів. Представлена освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня Західноукраїнського національного університету є актуальною освітньою пропозицією, яка враховує вимоги ринку праці до професійних компетентностей майбутніх маркетологів.

ОПП «Маркетинг» розроблена на основі Стандарту вищої освіти для відповідної спеціальності та повністю відповідає його предметній області. Зокрема, в освітньо-професійній програмі регламентуються її цілі та прикладна орієнтація, зміст, технології та вимоги до організації освітнього процесу, можливості академічної мобільності здобувачів вищої освіти та працевлаштування випускників, а також відповідність освітніх компонент програмним результатам навчання, загальним і фаховим компетентностям.

Структура освітньо-професійної програми, поданої на рецензування, повною мірою реалізує компетентнісний підхід до проектування освітнього процесу, акцентуючи увагу на поєднанні теоретичної підготовки та практико-орієнтованого навчання із застосуванням інноваційних бізнес-технологій для вирішення професійних завдань, пов'язаних із маркетинговою діяльністю.

Основний фокус освітньо-професійної програми «Маркетинг» спрямований на розвиток інформаційно-аналітичних, управлінських та дослідницьких компетентностей фахівця у сфері маркетингу в умовах цифрової та поведінкової економік. Зокрема, ОПП містить освітні компоненти такі як Інтернет-маркетинг та Нейромаркетинг, що формують унікальність цієї програми, а саме здатність виявляти глибинні нейрореакції для аналізу поведінкових патернів споживачів та використовувати релевантні інструменти Інтернет-маркетингу для розробки персоналізованих стратегій взаємодії з цільовою аудиторією.

Послідовність вивчення дисциплін, перелік та обсяг освітніх компонент відповідають структурно-логічній схемі реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг», відображають її актуальність та унікальність, забезпечують досягнення програмних результатів навчання та формування відповідних компетентностей. Здобувачі мають змогу формувати індивідуальну освітню траєкторію шляхом вільного вибору вибіркових дисциплін, перелік яких постійно удосконалюється у відповідь на нові вимоги до кваліфікації фахівця з маркетингу.

Заслуговує на увагу чітко окреслене спрямування освітньої програми на студентоцентроване, проблемно-професійне навчання з елементами ініціативного самонавчання, зокрема, на спеціалізованих освітніх платформах. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» належно забезпечена навчально-методичними матеріалами, професійним обладнанням та прикладними програмами проведення нейродосліджень, інформаційними ресурсами та сервісами. До реалізації ОПП залучені викладачі, які відповідають вимогам Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності.

Підсумовуючи вищевикладене, освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг є актуальною, логічно структурованою та відповідає як вимогам Стандарту зазначеної спеціальності, так і сучасним запитам ринку праці, а тому рекомендується до реалізації в освітньому процесі ЗУНУ для підготовки бакалаврів з маркетингу.

Завідувач кафедри маркетингу
Національного університету
«Одеська політехніка»,
доктор економічних наук, професор

27.05.2025



Михайло ОКЛАНДЕР



РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
Західноукраїнського національного університету

Маркетинг як сучасна концепція управління бізнесом фокусується на створенні цінності для споживача та досягненні стійких конкурентних переваг. Такий підхід є фундаментальним для успішної діяльності підприємств в умовах глобальної економіки та цифрових трансформацій. Ефективне впровадження цієї бізнес-філософії вимагає фахівців, здатних до стратегічного аналізу, глибокого розуміння ринкових процесів та застосування інноваційних маркетингових інструментів. Відтак, освітні програми, що готують бакалаврів з маркетингу, відіграють ключову роль у формуванні кадрового потенціалу, спроможного забезпечити інноваційний розвиток та ринкову ефективність бізнесу.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг», яка реалізується у Західноукраїнському національному університеті, вирізняється інтегрованим підходом, що ґрунтується на синтезі фундаментальних принципів класичного маркетингу, сучасних інструментів цифрового маркетингу та концепції нейромаркетингу. Реалізація такого підходу спрямована на формування у майбутніх фахівців здатності до розробки комплексних стратегій, що базуються на поглибленому аналізі та інтерпретації споживчої поведінки.

Структура рецензованої ОПП логічно вибудована, а послідовність вивчення її основних компонентів сприяє досягненню визначених цілей та реалізації основного фокусу програми підготовки бакалаврів з маркетингу. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» побудована за міждисциплінарним підходом, що забезпечує органічне поєднання професійно зорієнтованих дисциплін із фундаментальними знаннями у сфері економіки та управління бізнесом. Саме така комплексна підготовка формує не лише експертизу в маркетингових комунікаціях, але й закладає основи для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та ефективного ведення бізнесу в цілому.

Практична орієнтація програми знаходить своє вираження у пріоритезації розвитку прикладних компетентностей студентів, що досягається шляхом інтеграції в освітній процес сучасних інформаційно-комунікативних технологій та креативних інструментів маркетингу. Здобувачі вищої освіти за даною ОПП мають можливість використовувати нейрообладнання для проведення

маркетингових досліджень, що дозволяє отримати унікальні інсайти про споживачів. Значна увага зосереджується на особистісному розвитку, командній роботі, умінні презентувати результати роботи у сфері маркетингу, що уможливорює розвиток креативного мислення та навичок критичного аналізу.

Можливість індивідуалізації освітньої траєкторії здобувачів забезпечується варіативним блоком дисциплін, передбаченим навчальним планом підготовки бакалаврів маркетингу. Запропонований каталог вибіркових курсів є достатньо широким та різноплановим, дозволяючи здобувачам поглиблювати як професійні (hard skills), так і розвивати соціальні (soft skills) компетентності відповідно до власних освітніх та кар'єрних інтересів.

Таким чином, рецензована освітньо-професійна програма має чітку практичну орієнтацію та створює умови для формування висококваліфікованих фахівців з маркетингу нової цифрової генерації, здатних розв'язувати прикладні задачі у сфері професійної діяльності. Враховуючи вище викладене, освітньо-професійна програма «Маркетинг» рекомендується до реалізації в освітньому процесі Західноукраїнського національного університету на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Рецензент:

к.е.н., професор,
професор кафедри
промислового маркетингу
КПІ ім. Ігоря Сікорського

28.05.2025

