

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

Маркетингові компетентності сьогодні є затребуваними не лише у комерційному секторі, а й для організацій, що займаються територіальним розвитком та публічними комунікаціями. Здатність фахівця розробляти стратегії просування, аналізувати цільові аудиторії та ефективно комунікувати у цифровому середовищі є критично важливою як для бізнесу, так і для установ, що формують імідж та залучають інвестиції.

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.

Програма чітко сфокусована на підготовці маркетологів, здатних розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії в умовах динамічного бізнес-середовища. Поряд із ґрунтовною підготовкою в галузі маркетингових комунікацій, аналітики та досліджень, здобувачі отримують знання у сфері бізнес-планування та інноваційної діяльності, що формує у них розуміння логіки виведення продукту на ринок. Ця підприємницька складова органічно доповнюється освітніми компонентами, націленими на розвиток навичок цифрових комунікацій, а саме, просування в соціальних мережах, контент-маркетингу, пошукової оптимізації та електронної комерції, що в сукупності формує цілісний профіль фахівця, здатного не лише розробити стратегію, а й ефективно реалізувати її у цифровому середовищі. Крім того, практичним втіленням такого підходу є міждисциплінарна курсова робота, в межах якої здобувачі інтегрують набуті знання у реальний прикладний результат.

Варіативний блок дисциплін дозволяє здобувачам поглиблювати як фахові, так і соціальні компетентності відповідно до власних кар'єрних орієнтирів. Широкий спектр дисциплін, спрямованих на розвиток цифрових компетентностей, відкриває для випускників перспективи професійної мобільності та можливості роботи як у вітчизняних, так і в зарубіжних компаніях та організаціях.

В процесі реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг» значна увага приділяється особистісному розвитку здобувачів, формуванню навичок командної роботи та вмінню презентувати результати маркетингової діяльності, що сприяє розвитку креативного мислення та здатності до критичного аналізу.

Загалом, рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти у Західноукраїнському національному університеті відповідає потребам ринку праці та вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг. Комплексний підхід до підготовки фахівців, що поєднує маркетингову стратегічну підготовку з розвитком цифрових компетентностей, забезпечує формування маркетологів, здатних ефективно розробляти стратегії та реалізовувати їх у сучасному бізнес-середовищі.

Начальник управління
стратегічного розвитку міста
Тернопільської міської ради

25.05.2026р.



Юрій ДЕЙНЕКА

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

Якість підготовки маркетологів сьогодні визначається насамперед їхньою здатністю глибоко розуміти споживача, його мотиви, поведінкові патерни та реакції на маркетингові стимули. Фахівці, які поєднують аналітичне мислення з практичними навичками дослідження споживчої поведінки, стають стратегічним ресурсом для компаній, що прагнуть приймати обґрунтовані рішення в умовах конкурентного ринку.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Західноукраїнського національного університету відповідає цим вимогам. Цілі програми та програмні результати навчання враховують сучасні запити ринку праці, а перелік і послідовність освітніх компонентів відповідають структурно-логічній схемі підготовки бакалавра за спеціальністю D5 Маркетинг. Зміст обов'язкових компонентів узгоджений із вимогами стандарту вищої освіти щодо формування інтегральної компетентності, що визначає здатність вирішувати складні спеціалізовані завдання та приймати обґрунтовані рішення з підвищення ефективності маркетингової діяльності в мінливих ринкових умовах.

Особливої уваги заслуговує спрямованість програми на формування у здобувачів компетентностей у сфері аналітики та поведінкових досліджень. Програма забезпечує здобувачів сучасними методами збору та обробки маркетингової інформації, інструментами дослідження споживчих мотивів і поведінкових патернів, зокрема із застосуванням нейротехнологій. Можливість проведення нейромаркетингових досліджень у спеціалізованій лабораторії нейромаркетингу та реклами надає здобувачам практичний досвід ідентифікації біологічних, нейрофізіологічних та психологічних особливостей поведінки

споживача як в онлайн, так і офлайн середовищі, що суттєво підвищує їхню конкурентоспроможність на ринку праці.

Послідовність і взаємозв'язок освітніх компонентів забезпечують поступове досягнення програмних результатів навчання та формування необхідних компетентностей. Здобувачі мають змогу формувати індивідуальну освітню траєкторію шляхом вільного вибору дисциплін, перелік яких систематично оновлюється у відповідь на актуальні вимоги до кваліфікації фахівця з маркетингу.

Отже, освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти відповідає вимогам стандарту за спеціальністю D5 Маркетинг та актуальним запитам ринку праці. Її змістове наповнення, зорієнтоване на глибоке розуміння споживчої поведінки та аналітичну складову маркетингової діяльності, забезпечує підготовку конкурентоспроможних фахівців галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Директор ТОВ «Декобраз»

28.05.2026 р.



Андрій ШУРИПА

РЕЦЕНЗІЯ

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

Якість освітньо-професійної програми визначається передусім тим, наскільки точно її концепція, зміст і структура відповідають актуальним запитам ринку праці та науковим тенденціям розвитку відповідної галузі знань. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Західноукраїнського національного університету демонструє такий рівень відповідності, поєднуючи міждисциплінарний підхід до формування компетентностей із чіткою практичною орієнтацією підготовки.

Рецензована ОПП розроблена на основі стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг і відповідає його вимогам щодо обсягу, переліку компетентностей та програмних результатів навчання. Заявлені цілі програми є внутрішньо обґрунтованими і узгодженими з її змістовим наповненням, що свідчить про системність підходу до проектування освітнього процесу.

Зміст навчального плану послідовно реалізує міждисциплінарний підхід, поєднуючи фундаментальну підготовку в галузі економіки та менеджменту з дисциплінами фахового циклу. Логіка побудови навчального плану забезпечує змістовну наступність між освітніми компонентами та поступове нарощування рівня складності, що сприяє досягненню заявлених програмних результатів навчання. Варіативна частина пропонує здобувачам широкий спектр дисциплін, що охоплюють різні аспекти цифрового маркетингу, комунікацій та аналітики, забезпечуючи реальну можливість поглиблення компетентностей у обраному напрямі.

Позитивно оцінюється включення до циклу загальної підготовки дисципліни «Основи національного спротиву», що поряд із курсами, орієнтованими на вивчення державотворчих процесів та культурної ідентичності, відповідає суспільному запиту на формування у здобувачів вищої освіти громадянської стійкості, патріотичної свідомості та готовності до виконання конституційного обов'язку.

Слід відзначити, що практична спрямованість програми забезпечується не лише змістом навчального плану, а й методами організації освітнього процесу. Поряд із традиційними формами навчання широко застосовуються тренінги, майстер-класи, вебінари та робочі зустрічі із фахівцями сфери маркетингу і керівниками підприємств. Значна увага приділяється особистісному розвитку здобувачів, формуванню навичок командної роботи та вмінню презентувати результати маркетингової діяльності, що сприяє розвитку креативного мислення та здатності до критичного аналізу.

Як побажання до подальшого розвитку програми рекомендується розглянути можливість системної інтеграції принципів сталого розвитку у зміст профільних освітніх компонентів, зокрема, «Маркетингові комунікації», «Поведінка споживача», «Інтернет-маркетинг». Цілі сталого розвитку ООН

дедалі активніше визначають стратегічний розвиток сучасного бізнесу, а маркетинг виступає саме тим інструментом, через який компанії формують і транслюють свою позицію щодо відповідального споживання, етичних комунікацій та соціально значущих практик. Формування у здобувачів розуміння цих взаємозв'язків підвищить їхню готовність до роботи в умовах зростаючих ESG-вимог ринку та сприятиме підготовці фахівців, здатних поєднати ефективність маркетингової діяльності з її соціальною відповідальністю.

Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» є цілісною, науково обґрунтованою та практично орієнтованою, характеризується комплексним підходом до підготовки бакалаврів, що забезпечує формування необхідних компетентностей і досягнення програмних результатів навчання, затребуваних сучасним ринком праці. Програма рекомендується до реалізації в освітньому процесі Західноукраїнського національного університету на першому (бакалаврського) рівні вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Доктор економічних наук, професор,
професор кафедри маркетингу
Полтавського університету
економіки та торгівлі



Наталія КАРПЕНКО

«04» серпня 2026 р.



Особистий підпис

Н. Карпенко

ЗАВІРЯЮ

Начальник відділу кадрів ПУЕТ

Ольга А. Заломська

РЕЦЕНЗІЯ

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

Підготовка фахівців з маркетингу в умовах цифрової трансформації економіки потребує освітніх програм, здатних забезпечити не лише системну теоретичну підготовку, а й формування прикладних компетентностей, необхідних для ефективної професійної діяльності. Саме такою є освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Західноукраїнського національного університету, яка поєднує класичну маркетингову підготовку з сучасними підходами до дослідження споживчої поведінки та цифрових комунікацій.

ОПП «Маркетинг» розроблена відповідно до вимог стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг і повністю відповідає його предметній області. Окрім стандартного переліку загальних і спеціальних компетентностей, вона доповнена унікальними, що розширюють підготовку фахівця у сфері Інтернет-маркетингу та нейромаркетингових досліджень споживчої поведінки. Програмні результати навчання є вимірюваними і внутрішньо узгодженими з компетентностями, що підтверджується матрицею відповідності.

Навчальний план програми вирізняється збалансованістю обов'язкової та вибіркової частин. Обов'язкові компоненти забезпечують послідовне формування фундаментальних і фахових знань, тоді як широкий каталог вибірових дисциплін охоплює різноманітні напрями розвитку цифрових навичок, аналітичних здібностей і соціальних компетентностей. Така архітектура дозволяє здобувачу формувати індивідуальну освітню траєкторію відповідно до власних кар'єрних орієнтирів.

Концептуальну цінність програми становить органічне поєднання маркетингової аналітики з когнітивними та поведінковими науками, що забезпечує формування у здобувачів здатності виявляти глибинні чинники

споживчої мотивації, прогнозувати поведінкові патерни та на основі цього розробляти персоналізовані стратегії взаємодії з цільовою аудиторією із застосуванням релевантних інструментів Інтернет-маркетингу. Реалізацію такого підходу підкріплено відповідною матеріально-технічною базою, зокрема, лабораторією нейромаркетингу та реклами, що надає здобувачам доступ до сучасних методів дослідження безпосередньо в освітньому процесі.

Освітній процес за ОПП «Маркетинг» організовано на засадах студентоцентрованого навчання із застосуванням проблемно орієнтованих методик, що спонукають здобувачів до самостійного пошуку рішень у змодельованих професійних ситуаціях. Виробнича практика та міждисциплінарна курсова робота забезпечують інтеграцію набутих знань у реальний прикладний контекст, формуючи у здобувачів готовність до самостійної професійної діяльності ще до завершення навчання.

Отже, освітньо-професійна програма «Маркетинг» є актуальною, науково обґрунтованою та внутрішньо узгодженою. Вона відповідає вимогам стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, забезпечує формування необхідних компетентностей майбутнього фахівця і рекомендується до реалізації в освітньому процесі Західноукраїнського національного університету.

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри промислового маркетингу
Тернопільського національного технічного
університету імені Івана Пулюя

 Світлана СЕМЕНЮК

«02» червня 2026 р.




