

## **ВІДГУК**

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

Під час обговорення проекту освітньо-професійної програми «Маркетинг» підготовки фахівців з маркетингу, яка розроблена відповідно до сучасних вимог ринку та відповідає місії та стратегії університету, було зафіксовано, що ця програма спрямована на підготовку маркетологів, які можуть розглядати ринок як модель, вміють зробити прогнозування розвитку ринкових сегментів, мають теоретичні і прикладні навички роботи із інструментами комплексного Інтернет маркетингу, володіють мовними компетентностями, в тому числі і з іноземної мови. Також, випускник під час навчання набуває таких soft skills як лідерські і комунікаційні навички, креативність, робота в команді і лідерство. Розглянута освітньо-професійна програма розвиває також і таку інтегральну компетентність як здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Деякі пропозиції для покращення прикладної підготовки фахівців з маркетингу стосуються посилення компетентностей, які відповідають за аналітичну підготовку фахівців з маркетингу, тобто, вони повинні вирішувати комплексні задачі як з пошуку необхідної інформації, так і якісного аналізу цієї інформації і оформлення звіту за результатами дослідження, особливо, в проекції інтегральної компетентності в умовах військового стану.

Загалом, вважаємо, що освітньо-професійна програма «Маркетинг», що реалізовується в Західноукраїнському національному університеті є вдало розробленою, освітні компоненти структуровані логічно за семестрами, відповідають вимогам нестабільної економіки, яка перебуває декілька періодів у кризовій ситуації. Тому, випускник магістерської програми після її освоєння, володіє навиками і компетентностями, необхідними для професійної управлінської діяльності з маркетингу.

Випускник програми  
Маркетолог ПП «Галіт»,  
виробника стоматологічного обладнання,  
м. Тернопіль



  
Олена ОБЩАРСЬКА

**РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК**  
*на освітньо-професійну програму «Маркетинг»  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»  
підготовки здобувачів освітнього ступеня «магістр»  
в Західноукраїнському національному університеті*

Глибокі економічні та політичні трансформації в економіці України, пов'язані із зовнішніми викликами і загрозами, вимагають підготовки фахівців, котрі розуміють нові вимоги споживачів та виробників до просування товарів і послуг в таких умовах. Проблема підготовки фахівців з маркетингу полягає також у тому, що бізнес значно випереджує прогнозовані темпи зростання у багатьох аспектах і використовує для цього чимало прикладних інструментів. Не завжди ці інструменти мають науково-методичне підґрунтя. Тому, позбавлені системності при впровадженні. Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» Західноукраїнського національного університету включає саме ті аспекти освітніх компонент, що дозволяють отримати здобувачу компетентності, які уможливають вирішення складних спеціалізованих завдань та практичних проблеми маркетингу в умовах трансформаційних зрушень. Акценти програми виставлено на вектор зорієнтовання теоретичних знань з Інтернет маркетингу, які уможливають оволодіння здобувачами прикладних аспектів організації роботи в діджитал середовищі. Передбачено також поглиблені фахові знання з Моделювання та прогнозування в маркетингу, стратегічного маркетингу, управління рекламною діяльністю, володіння практичними навичками нейромаркетингових технологій та інструментів.

Мета рецензованої освітньої програми полягає у необхідності забезпечити академічну підготовку фахівців нової цифрової генерації в сфері маркетингу, здатних розв'язувати складні задачі та вирішувати практичні проблеми у процесі навчання та в професійній діяльності з використанням креативного мислення, технологій Інтернет маркетингу, професійного нейрообладнання та іншого обладнання для проведення маркетингових досліджень, формування інноваційних маркетингових стратегій розвитку організації, враховуючи новітні виклики суспільства майбутнього, яке корелюється із епохою розвитку штучного інтелекту та умовами невизначеності зовнішнього середовища.



Набуті компетентності можуть бути застосовані в експертно-аналітичній, політико-організаційній, економічній, соціальній, консультаційній та громадській сферах діяльності.

Кадрове забезпечення ОПП «Маркетинг» для підготовки магістрів даної програми відповідає профілю дисциплін, що викладаються. Усі науково-педагогічні працівники мають показники академічної та професійної кваліфікації відповідно до дисципліни, викладання якої вони забезпечують. У навчальному процесі використовуються навчальні аудиторії, комп'ютерні лабораторії, конференц-зал, тренінговий центр, бібліотека, фонд якої сформовано відповідно до потреб освітнього процесу.

Проаналізувавши подану на рецензування освітню програму, вважаю, що розроблені матриці відповідності програмних компетентностей та програмних результатів методично грамотно впорядковані, а освітні компоненти забезпечують цикл загальної, професійної та практичної підготовки. Освітня програма в цілому відповідає вимогам стандарту вищої освіти, за структурою, а за змістом – сучасним вимогам до магістра маркетингу. Вищевикладене дозволяє рекомендувати ОПП Маркетинг для затвердження і використання.

Рецензент:  
завідувач кафедри маркетингу,  
управління репутацією та клієнтським досвідом  
Державного біотехнологічного університету

д-р екон. наук, професор

Наталія САВИЦЬКА



*Наталії Савицької*  
ЗАСВІДЧУЮ  
Керівник відділу діловодства ДБТУ  
*Олександр Мегін*

## ***ВІДГУК***

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

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» з підготовки магістрів розроблена відповідно до місії та стратегії ЗУНУ та має на меті забезпечити академічну підготовку фахівців нової цифрової генерації в сфері маркетингу, здатних розв'язувати складні задачі та вирішувати практичні проблеми у процесі навчання та в професійній діяльності з використанням креативного мислення, технологій Інтернет маркетингу, професійного нейрообладнання та іншого обладнання для проведення маркетингових досліджень, формування інноваційних маркетингових стратегій розвитку організації, враховуючи новітні виклики суспільства майбутнього, яке корелюється із епохою розвитку штучного інтелекту та умовами невизначеності зовнішнього середовища.

Позитивним є те, що запропонована до публічного обговорення освітньо-професійна програма має прикладний характер, орієнтується на використання технологій Інтернет маркетингу із застосуванням спеціалізованого програмного забезпечення для проведення маркетингових досліджень. Професійні акценти виставляються на підготовку особистості випускника, який здатний управляти маркетинговою складовою бізнесу, а також організовувати власний бізнес в сфері Інтернет маркетингу. Також, важливим є практична зорієнтованість на розв'язання проблем маркетингу в умовах цифрової економіки, формування аналітичних, лідерських, фахових компетентностей у сфері маркетингу.

Вважаємо, що для майбутнього фахівця у сфері організації маркетингової діяльності важливо є те, що освітні компоненти включають такий набір сучасних дисциплін як:

- ✓ Комплексний Інтернет маркетинг.
- ✓ Моделювання і прогнозування маркетингу.
- ✓ Управління маркетингом.

- ✓ Стратегічний маркетинг.
- ✓ Управління рекламною діяльністю.
- ✓ Ділові комунікації англійською мовою.

Поряд із теоретичною підготовкою, розробники освітньої програми звернули увагу і на досить високу вагу у структурі дисциплін переддипломної практики, де здобувач освіти працює із документацією, необхідною для написання кваліфікаційної роботи магістра.

Враховуючи сучасні вимоги ринку, як до глобальної цифрової системи, яка швидко змінюється, і у частині маркетингу, в тому числі, пропонуємо:

- звернути увагу при розробці робочих програм дисциплін на те, що фахівець з маркетингу повинен вміти проводити швидкий цифровий аналіз (аналіз у WEB, трафік, видимість, популярність, беклінки);
- як нормативний, так і вибірково блок дисциплін варто наповнити змістом, що стосується знань про глобальну комунікацію бренду, Тут варто давати якомога більше живих прикладів у маркетингу, комунікації, брендингу, тощо (бажано кейси не старше 2-3х років);
- навчати більше на прикладах студентів розвитку такої компетенції освітньої програми як «Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел». Треба вчитись "акцентувати та втримати увагу" подавши її в 1-2 реченнях. Вміти лаконічно формулювати ідеї та пропозиції.

В цілому, вважаю, що освітньо-професійна програма «Маркетинг», що реалізовується в Західноукраїнському національному університеті, забезпечує якісну і фахову підготовку здобувачів магістратури за спеціальністю Маркетинг.

Випускник програми «Маркетинг»  
Співзасновник компанії Koala Masters

Микола ЛУЧИК





## РЕЦЕНЗІЯ

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

Розвиток вищої освіти в Україні передбачає розробку освітніх програм з метою задоволення потреби у підготовці фахівців, які будуть мати знання і прикладні компетенції для розв'язку складних задач сфери маркетингу. Пропонована для рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» спрямована на підготовку фахівців, які володіють креативним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та здійснення інновацій в умов невизначеності зовнішнього середовища. Метою цієї програми органічне поєднання набутих теоретичних знань з певним досвідом практичних навичок і інтегральних компетентностей.

Звертає на себе увагу запропонована структура освітньо-професійної програми, яка відображає науково-обґрунтовану послідовність організації освітнього процесу у якісних змістових характеристиках. При розробці програми «Маркетинг» враховані вимоги освітнього стандарту спеціальності 075 «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем. Рецензована освітня програма дає підстави стверджувати, що програмні результати навчання корелюються із фаховими компетентностями і визначаються змістом та завданнями освітнього процесу. Цікавими та практично необхідними є дисципліни, включені до освітньо-професійної програми. Велику увагу приділено питанням імплементації комплексного Інтернет маркетингу у структуру управління підприємством, виробленні рішень на основі моделювання та прогнозування маркетингових показників. Програма дозволяє здобувачам освітнього ступеня «магістр» вивчати теорію і практику маркетингу на засадах міждисциплінарного підходу, оволодіти креативними методиками професійної діяльності. Безперервні зміни в сфері маркетингових інновацій, які орієнтуються на діджиталізацію економіки та дослідження поведінки споживачів вимагають постійної корекції навчальних планів і змісту навчальних дисциплін, тому склад вибіркових дисциплін освітньої програми періодично оновлюється.

Проведений аналіз показав, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти є самостійною, орієнтованою на цифрові інновації і формування кваліфікованого маркетолога для організації і роботи в різноманітних бізнесових структурах.

Рецензент:

д.е.н, проф., професор кафедри  
економіки та фінансів

Тернопільського національного  
технічного університету ім. Івана Пулюя



Наталія МАРИНЕНКО