

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК
на освітньо-професійну програму підготовки фахівців
другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності
075 «Маркетинг», 2021 року
кафедри маркетингу Національного технічного університету
«Дніпровська політехніка»

В умовах темпоральних змін ключових параметрів ринкового середовища підготовка фахівців спеціальності 075 «Маркетинг» потребує системного застосування сучасних Інтернет-технологій, що надає змогу ефективно управляти маркетинговою діяльністю підприємств, у т.ч. сфери високотехнологічного бізнесу. В маркетинговій бізнес-взаємодії доречним є дотримання принципів соціально і екологічно відповідального споживання та маркетингового комунікаційного роз'яснення доцільності ресурсозбереження.

Рецензована ОПП також відображає комплексне організаційне та фінансове співробітництво у ланцюжку «кафедра – роботодавці / стейкхолдери». Здобувачі, які навчаються за даною ОП, мають можливість отримати комплекс цифрових, інформаційних, комунікаційних, екологічних компетенцій відповідно ключових тенденцій розвитку спеціальності «Маркетинг», вітчизняного ринку праці, а також галузевих та регіональних запитів.

Структурно-логічна схема програми побудована на оптимальному узгодженні освітніх компонент і послідовності їх вивчення. Зокрема, включення до ОПП таких дисциплін, як «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингове стратегічне управління», «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» та інших дозволяє у повній мірі досягти результатів навчання і компетенцій, що наведені у галузевому Стандарті вищої освіти. Доцільним є виконання здобувачами курсових проєктів з маркетингового стратегічного управління і економічного обґрунтування маркетингових рішень, що надає змогу ретельно проаналізувати практичні аспекти управління маркетинговою діяльністю, визначити результативність запровадження маркетингових проєктів. Таким чином у програмі враховано формування індивідуальної траєкторії навчання здобувачів.

Аналіз змісту і структури рецензованої ОПП, силабусів навчальних дисциплін засвідчує наявність особливостей, які полягають у спрямованості на підвищення рівня знань та навичок із цифрового маркетингу з урахуванням

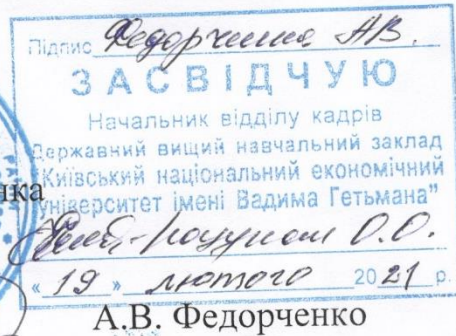
соціальної, екологічної відповідальності бізнесу на високотехнологічних ринках, орієнтації на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до умов бізнес-середовища. Певну унікальність і особливість ОПП забезпечує спеціальна освітня компонента – «Маркетинг стартап-проектів». Вона дозволяє досягти результатів навчання, спрямованих на застосування методик розроблення та маркетингової підтримки ідеї стартап-проекту в умовах інформаційного суспільства.

Проте рекомендуємо більш лаконічно сформулювати спеціальний результат навчання, відобразивши у ньому, передусім, аспекти розроблення і просування ідеї стартап-проекту, аналізування ринкових можливостей запуску та стратегічного управління стартап-проектом у площині маркетингової системи сталого розвитку. Водночас ми підтримуємо пропозицію таких дисциплін вільного вибору студента, як «Якісні дослідження в маркетингових комунікаціях» та «Інтернет-маркетингові дослідження». Саме ці освітні компоненти дозволяють поглибити професійні знання здобувачів у сфері використання методів якісних маркетингових досліджень; формування ефективних комунікаційних повідомлень з урахуванням поведінкових особливостей цільової аудиторії та особливостей ринкового середовища; формування дослідницьких проектів із використанням інструментарію Інтернет-маркетингових досліджень.

Таким чином, ОПП «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти 2021 року НТУ «Дніпровська політехніка» дозволяє сформувати результати навчання і компетенції, що є необхідними у професійній діяльності магістрів маркетингу. Навчання за цією ОПП дозволяє здобувачам, отримавши якісну теоретичну і практичну підготовку з маркетингу, бути конкурентоспроможними на ринку праці.

Рецензент

Завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
д.е.н., професор



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», розроблену кафедрою маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Сучасні складові інтерактивної взаємодії з урахуванням темпоральних змін спричиняють підвищену увагу фахівців до концепції високотехнологічного маркетингу, що є доцільною як на B2B так і B2C ринках. На сьогодні підприємства розподіляють сировинні, товарні потоки, запроваджують відповідне маркетингове інноваційне забезпечення. Соціально орієнтований розвиток підприємств, спрямований на підвищення їх конкурентоспроможності, привертає увагу дослідників до досягнення ефективного управління їх маркетинговою діяльністю. У сучасному бізнес-середовищі доцільно відслідковувати збереження енергетичних ресурсів промислових підприємств і досягнення свідомої поведінки і споживання економічних і соціальних агентів.

Рецензовану освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблено на основі галузевого стандарту вищої освіти. Відмітимо, що освітня програма спрямована на підвищення рівня знань та навичок з цифрового маркетингу з урахуванням соціальної, екологічної відповідальності бізнесу, орієнтована на глибоку спеціальну підготовку сучасних фахівців з маркетингу, ініціативних та здатних до швидкої адаптації до бізнес-середовища, що відображає управління ресурсними потоками у ланцюгах створення вартості, орієнтованих на сталий розвиток.

ОП «Маркетинг» складається з цілісного та збалансованого комплексу логічно взаємопов'язаних обов'язкових освітніх компонент, передбачає широкі можливості вибору дисциплін та практичну підготовку, чим створює належні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії та здобуття сукупності професійних і соціальних навичок, достатніх для фахової маркетингової аналітичної діяльності на загальнонаціональному та світовому рівні.

Здобувачі мають можливість на цій ОПП вивчати значущі дисципліни, опанувати знання і набувати компетенцій у сфері маркетингового менеджменту, маркетингу взаємодії і партнерських відносин, маркетингу стартап-проектів з урахуванням соціальної відповідальності бізнесу. Для

формування високої якості освіти магістра маркетингу доречною є наявність на цій освітній програмі освітньої компоненти «Економічне обґрунтування маркетингових рішень» і відповідного курсового проєкту. Це дозволяє майбутнім фахівцям на відмінному рівні виконувати економічні розрахунки з обґрунтування маркетингових проєктів.

Позитивним є те, що освітньо-професійною програмою передбачено спеціальні компетентності з урахуванням особливостей освітньої програми, а саме: здатність застосовувати маркетингове управління стартап-проєктами, аналізувати екосистеми, бізнес-моделі розвитку стартапів, оцінювати вплив факторів маркетингового середовища на успішний розвиток стартапів, комерціалізацію, партнерську взаємодію з бізнес-інкубаторами, венчурними компаніями в площині інноваційної екосистеми розумного міста в контексті маркетингу сталого розвитку. Це в свою чергу, приводить до формування спеціальних результатів навчання з урахуванням особливостей освітньої програми, а саме: розроблювати і просувати ідею стартап-проєкту, аналізувати ринкові можливості запуску та стратегічного управління стартап-проєктом у площині маркетингової системи сталого розвитку.

З урахуванням позитивних моментів, що наведені вище, вважаємо, що може посилити цю освітню програму включення оцінки ризиків маркетингової стратегічної діяльності за дисципліною «Маркетингове стратегічне управління», та включення теми в розрізі системи правової охорони інтелектуальної власності з дисципліни «Методологія та організація економічних наукових досліджень».

Отже, рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» повністю відповідає другому (магістерському) рівню вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», що враховує тенденції сучасного ринку праці, які відбуваються у сфері маркетингу.

Рецензент:

доктор фізико-математичних наук, професор,
завідувач кафедри промислового маркетингу
Національного технічного університету
України «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»



РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за кафедрою маркетингу
Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»**

Інформаційний маркетинг та глобалізація, побудовані на стрімкому розповсюдженні інновацій, вимагають від підприємств організації маркетингової діяльності у віртуальному просторі передовсім світовій мережі Інтернет. ТОВ «Укр Експорт Сервіс» займається такими видами діяльності, як: діяльність інформаційних агентств, надання інших інформаційних послуг, консультування з питань комерційної діяльності й керування, дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки. Підприємство активно займається зовнішньо-економічною діяльністю, позиціонує свою товарно-сервісну пропозицію на ринках країн ЄС, США, Японії та інших країн. При цьому у такій діяльності підприємство активно застосовує концепцію експортного маркетингу.

Нами проведено експертизу освітньо-професійної програми підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти «Маркетинг» кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» 2021 року набору. Взято участь в обговоренні проєкту цієї освітньої програми на засіданні кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка». Встановлено, що серед особливостей освітньої програми є те, що вона спрямована на оволодіння методами маркетингового стратегічного аналізу, моделями і підходами до стратегічного і оперативного управління маркетингом, зокрема у високотехнологічних сферах; технологіями створення та функціонування стартапів, процедурами дотримання маркетингової стратегії «зеленого» зростання; методами розробки проєктів у сфері маркетингу, процедурами досягнення ресурсощадної поведінки споживачів, системним мисленням та активним діловим спілкуванням.

Добре узгоджуються й інтегруються в освітньо-професійній програмі такі актуальні дисципліни, як: «Соціальна відповідальність бізнесу», «Економічне обґрунтування маркетингових рішень», «Маркетинговий менеджмент»,

«Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», «Маркетинг стартап-проектів». Доречними є заплановані згідно освітньої програми курсові проекти.

Тому ТОВ «Укр Експорт Сервіс», ураховуючи актуальні вимоги до фахівців у сфері маркетингу, вважає, що позиціонування цієї освітньої програми в цілому відповідає вимогам, що ставляться до фахівців у сфері маркетингу на ринку праці. Майбутні випускники цієї програми, магістри маркетингу можуть успішно працювати на відповідних посадах на сучасних ринках товарів і послуг, володіючи відмінними компетентностями і навичками у площині сталого розвитку, маркетингу стартап-проектів, стратегічного використання цифрових маркетингових технологій.

Ураховуючи, що ТОВ «Укр Експорт Сервіс» постійно проводить маркетингові комунікації у міжнародному економічному просторі доцільно, задля посилення комунікаційних складових компетентностей фахівців з маркетингу продовжити запровадження вибіркового курсу в сфері якісних досліджень в маркетингових комунікаціях, що, на наш погляд, дозволить забезпечити привабливість даної освітньо-професійної програми.

Отже, вважаємо, що проект освітньо-професійної програми підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти «Маркетинг» кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» у цілому відповідає вимогам ринків праці і запитам підприємств, що інтенсивно проводять маркетингову діяльність.

Рецензент:

директор товариства з обмеженою відповідальністю
«Укр Експорт Сервіс», керівник комітету сприяння експорту
Дніпропетровської торгово-промислової палати,
керівник комітету сприяння експорту
Дніпропетровської обласної державної адміністрації

І. Г. Снітківкер

04.02.2021р.



Рецензія

на освітньо-професійну програму навчання фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти «Маркетинг», кафедра маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Сьогодні доцільно розвивати концептуальні засади з визначення маркетингових інноваційних та комунікаційних складових діяльності підприємств. На це спрямована підготовка компетентних магістрів маркетингу. Інтернет-комунікації присутні в усіх сферах маркетингової діяльності та є невід'ємною її частиною. Тематиці управління маркетинговою діяльністю підприємств присвячені дослідження й концептуальні напрямки діяльності таких міжнародних організацій, як: Європейська Маркетингова Конфедерація (European Marketing Confederation, EMC), Світова асоціація професіоналів соціологічних та маркетингових досліджень (ESOMAR).

ТОВ «Алмаз Мотор ЛТД» є дилером Toyota в Дніпропетровській області. Підприємство втілює діяльність компанії Тойота Центр Дніпро «Алмаз Мотор». Ця компанія є два сучасних комплекси, побудовані відповідно до стандартів Toyota, які включають: show-room, зону сервісу та ділянку фарбувальних і кузовних робіт.

Відмітимо, що рецензований проект освітньо-професійної програми Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, що реалізується в НТУ «Дніпровська політехніка» передбачає системну професійну реалізацію набутих компетентностей у сфері цифрового маркетингу на ринках товарів і послуг, де відбувається взаємодія економічних агентів на засадах концепції сталого розвитку. Тому здобувачі вищої освіти, які будуть навчатися за цією освітньою програмою можуть досягати високого рівня соціальної, екологічної свідомості у системі цифрового маркетингу та етичного розуміння важливості ресурсозаощадження на високотехнологічних підприємствах у площині концепції сталого розвитку.

Аналіз проєкту означеної освітньо-професійної програми засвідчує про логічність і послідовність зв'язків між її освітніми компонентами. Тематична наповненість дисциплін згідно силабусів і робочих програм є актуальною і відображає сучасні тенденції розвитку теорії і практики маркетингу. Вагомими і системними є результати навчання і компетенції, що відображені у нормативних дисциплінах. Проте слід доповнити дисциплінарні результати навчання за вибірковою дисципліною «Інтернет маркетингові дослідження» з урахуванням інструментів та завдань маркетингових досліджень присутності компанії в Інтернет-середовищі, а саме веб-аналітика сайту та статистика соціальних мереж. Слід враховувати особливості проведення опитування цільової аудиторії через засоби масової розсилки. Пропонуємо досліджувати медіа вподобання цільової аудиторії через реакції на системні пости в Telegram-каналі.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, НТУ «Дніпровська політехніка» підготовлена на високому рівні згідно провідних досягнень маркетингової теорії і практики, що дає змогу формувати конкурентоспроможних магістрів маркетингу.

Рецензент

Заступник керівника відділу продаж по роботі

з корпоративними клієнтами

товариства з обмеженою відповідальністю

«Алмаз Мотор ЛТД»



Н.В. Робакова

26.02.2021

Всеукраїнська громадська організація
“Українська Асоціація Маркетингу”
пр. Перемоги, 54/1, м. Київ, 03057
тел./факс 38 (044) 456-3087
<http://uam.in.ua>
E-mail: for.good.ad@gmail.com



All-Ukrainian civil society organization
“Ukrainian Marketing Association”
54/1, pr. Peremogy, Kyiv, 03057
tel./fax 38 (044) 456-3087
<http://uam.in.ua>
E-mail: for.good.ad@gmail.com

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти «Маркетинг» кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (ГО «УАМ») – всеукраїнська громадська організація, створена за професійною ознакою і не має на меті отримання прибутку. Свою діяльність ГО «УАМ» здійснює відповідно до Статуту та Етичного Кодексу Асоціації. Члени УАМ у своїй діяльності дотримуються Стандартів якості маркетингових досліджень УАМ-СОУ 91.12.0-21708654-001-2002, Керівництв і Директив ESOMAR. ГО «УАМ» має колективних та індивідуальних членів. Колективними членами УАМ стають компанії, які у своїй діяльності дотримуються Стандартів якості маркетингових досліджень УАМ-СОУ 91.12.0-21708654-001-2002, Керівництв та Директив ESOMAR а також при вступі отримали 2 рекомендації від членів ВГО «УАМ». Індивідуальні члени – це фахівці, які працюють у сфері маркетингу, реклами, PR, а також провідні викладачі маркетингу України.

Забезпечуючи безперебійне постачання споживачам товарів та послуг за розумною ціною, маркетинг відіграє важливу роль в підвищенні і підтримці рівня життя населення. Маркетинг фактично зробив революцію і модернізував рівень життя людей в сучасних реаліях. Основними маркетинговими функціями є покупка, рекламування, продаж, фінансування, транспортування, складування, прийняття ризиків і т.п. У кожній з таких функцій різні види діяльності виконуються великою кількістю людей і організацій. У такий спосіб сучасний маркетинг надає роботу багатьом людям. Підраховано, що близько 40% всього населення прямо або побічно залежить від маркетингу. У сучасну епоху великомасштабного виробництва та індустріалізації роль маркетингу розширилася.

Місія ВГО «Українська асоціація маркетингу» - бути голосом маркетологів України

ГО «Українська Асоціація Маркетингу», розглянувши проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, зазначає, що вказана ОПП наповнена сучасними освітніми компонентами, а саме: «Економічне обґрунтування маркетингових рішень», «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин», «Маркетинг стартап-проєктів». При цьому ОПП містить і стандартні ОК, такі як: «Маркетингове стратегічне управління», «Маркетинговий менеджмент», «Методологія та організація економічних наукових досліджень», «Рекламний менеджмент». Однак, умови сьогодення диктують нові вимоги до фахівців з маркетингу, в яких особлива увага приділяється приватному підприємництву. Тому, рекомендуємо до ОПП другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» у 2021-2022 навчальному році, включити дисципліну «Соціальна відповідальність бізнесу».

Отже, проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «Магістр», розроблений кафедрою маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» на високому рівні. Підготовка здобувачів вищої освіти за даною програмою буде відповідати вимогам ринку праці та європейським стандартам.

Рецензент,
Президент Громадської
організації «Українська асоціація маркетингу»,
к.е.н., доцент



І. В. Лилик

09.02.2021р.