

РЕЦЕНЗІЇ

Рецензія

на освітньо-професійну програму навчання фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти «Маркетинг» 2024 року, кафедра 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 дві рекомендації від членів ВГО «УАМ». Індивідуальні члени – це фахівці, які працюють у сфері маркетингу, реклами, PR, а також провідні викладачі маркетингу України.

У сучасній бізнес-взаємодії важливими є цифрові технології, використання позитивних кейсів світових компаній. Оскільки мета бізнесу – завоювання та збереження споживачів, підтримання з ними постійних доброзичливих стосунків у площині цінностей, то важливими його функціями є маркетинг і новаторство. Основне призначення маркетингу – це приваблювати та утримувати споживачів при забезпеченні прибутку та соціальної, екологічної відповідальності бізнесу. Сутність концепції маркетингу полягає у тому, що підприємства отримують прибуток та досягають своїх цілей, через задоволення споживачів потоками своїх товарів та послуг.

ГО «Українська Асоціація Маркетингу», розглянувши проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, зазначає, що вказана ОПП базується на продуманому наборі освітніх

компонент, таких як: Соціальна відповідальність бізнесу, Маркетингове стратегічне управління, Маркетинговий менеджмент, Методологія та організація економічних наукових досліджень та ін.

Мета освітньої програми повною мірою пов'язана з місією та стратегічними цілями НТУ «Дніпровська політехніка». Слушною є орієнтація освітньої програми, що полягає в активній діяльності випускників у сфері маркетингу та підготовці фахівців з маркетингу на демократичних та інноваційних засадах з урахуванням особливостей функціонування високотехнологічних підприємств із широким застосуванням ІТ-технологій у площині концепції сталого розвитку.

Рекомендуємо у більшому ступені використовувати серед методів навчання за цією ОПП імерсивні технології викладання, гейміфікацію, дебати під час навчання. У таких дисциплінах, як Маркетинговий менеджмент, Економічне обґрунтування маркетингових рішень слід розширювати й оновити метрику, пов'язану з ефективністю управління маркетинговими процесами у площині концепції сталого розвитку.

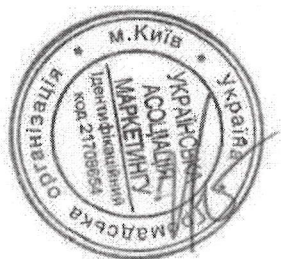
Отже, проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, розроблений кафедрою маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» 2024 року на високому рівні. Підготовка здобувачів вищої освіти за даною програмою буде відповідати вимогам ринку праці та європейським стандартам.

Рецензент

Президент Громадської
організації «Українська асоціація маркетингу»

к.е.н., доцент

І.В. Лилик



Рецензія

на освітньо-професійну програму навчання фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти «Маркетинг» 2024 року, кафедра маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

В умовах темпоральних інтерактивних змін значущим у сучасному маркетингу є застосування відповідних технологій. Теорія і практика провідних компаній України, ЄС та світу, яким притаманні стали темпи розвитку, показує що їх джерелами є впровадження новітніх технологій та активна маркетингова інноваційна діяльність.

Шоколадна фабрика Millennium – один із найбільших та найуспішніших виробників шоколаду та цукерок в Україні. Як відомо, кожна третя придбана шоколадка в Україні – це «Millennium». Широкий асортимент продукції, понад п'ятсот видів шоколадних продуктів: унікальна лінійка крафтового, дитячого шоколаду, драже та натурального какао. Український споживач давно оцінив продукти виробника, і віддав перевагу саме «Millennium». Наслідуючи традиції та оригінальну рецептуру, фабрика постійно вдосконалює асортимент кондитерських виробів і прагне того, щоб споживачі могли радувати себе та своїх близьких улюбленим шоколадом та цукерками.

Відмітимо, що рецензований проєкт освітньо-професійної програми Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, що реалізується в НТУ «Дніпровська політехніка», спрямований на підготовку магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом маркетингового мислення та компетентностями, здатних розв'язувати складні завдання і проблеми у сфері маркетингу. В умовах сучасних викликів, на наш погляд, доцільно в освітній програмі прописані її цілі. Зокрема, слід відмітити перспективність підготовки до реалізації управлінських задач з формування системи маркетингу ринкового суб'єкта з урахуванням всебічного впровадження концепції сталого розвитку.

Аналіз проєкту означеної освітньо-професійної програми засвідчує про логічність і послідовність зв'язків між її освітніми компонентами. Під час

вивчення освітніх компонент «Маркетингове стратегічне управління» та «Маркетинговий менеджмент» здобувачі вищої освіти мають можливість глибоко розуміти соціально і екологічно відповідальне споживання, що дозволяє дотримуватися європейського вектору сталого розвитку.

Слушними та сучасними є такі дисципліни ОП, як: Маркетингове стратегічне управління, Маркетинговий менеджмент, Маркетинг взаємодії і партнерських відносин, Соціальна відповідальність бізнесу та ін. Особливістю програми є те, що вона спрямована на підвищення рівня знань та навичок з маркетингу з урахуванням концепції сталого розвитку.

Підтримуємо викладання дисципліни «Маркетинг стартап-проектів», що відображає унікальність освітньої програми. Рекомендуємо додати до цієї дисципліни кейсові завдання, пов'язані зі створенням та запуском високотехнологічних стартапів, що є «дружніми» до довкілля, що сприяють піклуванню про здоров'я людей та їх комфортне життя. Слід розширити аспекти просування таких стартапів та детально описати визначення їх економічної та маркетингової ефективності.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, НТУ «Дніпровська політехніка» 2024 року підготовлена на високому рівні відповідно провідних досягнень маркетингової теорії і практики, що дає змогу формувати конкурентоспроможних магістрів маркетингу для роботи на вітчизняних і регіональних ринках.

Рецензент

Директор з маркетингу

товариства з обмеженою відповідальністю

«Малбі Фудс»

А.Ю. Шебанова

