

**РЕЦЕНЗІЯ**

*на освітньо-професійну програму навчання фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти «Маркетинг» 2025 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 організації. Члени УАМ у своїй діяльності дотримуються Стандартів якості маркетингових досліджень УАМ-СОУ 91.12.0-21708654-001-2002, Керівництва 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.

Під час позитивної бізнес-взаємодії доцільними є цифрові технології, використання успішних кейсів світових компаній. Оскільки мета бізнесу є 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» (ГО «УАМ»), розглянувши проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, зазначає, що вказана ОПП базується на продуманому

наборі освітніх компонент, зокрема, таких, як: Методологія та організація економічних наукових досліджень, Маркетингове стратегічне управління, Маркетинговий менеджмент, Соціальна відповідальність бізнесу, Маркетинг взаємодії і партнерських відносин та ін.

Мета освітньої програми повною мірою пов'язана із місією і стратегічними цілями НТУ «Дніпровська політехніка». Слушним є інтенсивне застосування у рамках ОПІ складових і напрямків міжнародної кредитної мобільності, коли саме навчальне середовище НТУ «Дніпровська політехніка» мотивує здобувачів програми до прояву інноваційної ініціативи у пошуку та формуванні індивідуальної траєкторії міжнародної мобільності через актуальні грантові та стипендіальні можливості, що постійно оновлюються.

Рекомендуємо у таких дисциплінах як Маркетингове стратегічне управління, Маркетинг взаємодії і партнерських відносин розширити навчальне застосування позитивних кейсів встановлення успішного нетворкінгу під час партнерської бізнес-взаємодії, показників, індикаторів запровадження маркетингових стратегій, що відображають досягнення цілей сталого розвитку.

Отже, проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, розроблений кафедрою маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» 2025 року на високому рівні. Підготовка здобувачів вищої освіти за цією програмою буде відповідати вимогам ринку праці та європейським стандартам.

*Рецензент*

Президентка 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» 2025 року, кафедра маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»*

Інноваційний прогрес та інструментальне забезпечення приводить до застосування у сучасному маркетингу відповідних маркетингових технологій. Теорія і практика провідних компаній України, ЄС та світу, яким притаманні сталі 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.

Слід зазначити, 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. З урахуванням сучасних ринкових, геополітичних викликів, вважаємо, слушно в цій освітній програмі означені її основні 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 та доречну 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.

Відображають європейські тренди магістерської освіти такі дисципліни ОП, як: Маркетингове стратегічне управління, Іноземна мова професійного спрямування (англійська/ німецька/ французька), Маркетинг взаємодії і партнерських відносин, Соціальна відповідальність бізнесу та ін. Особливістю програми є те, що вона спрямована на поглиблення професійних компетентностей з управління маркетинговими інноваціями, маркетингові дії під час розвитку стартап-проектів високотехнологічної продукції у площині концепції маркетингу сталого розвитку.

Доречним є застосування ОК «Маркетинг стартап-проектів», що відображає унікальність ОП. Рекомендуємо додати у площині цієї дисципліни позитивні кейсові завдання, пов'язані із маркетинговим забезпеченням проходження преакселерації високотехнологічних стартапів, які комплексно відображають дотримання певних цілей сталого розвитку. Особливу увагу слід приділити просуванню стартапів у сфері соціального підприємництва.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, НТУ «Дніпровська політехніка» 2025 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»

