ДОДАТКИ

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму навчання фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти «Маркетинг» 2026 року, кафедра маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (ГО «УАМ») – всеукраїнська громадська організація, сформована за професійною ознакою і не має на меті отримання прибутку. Діяльність ГО «УАМ» успішно проводить відповідно до Статуту та Етичного Кодексу організації. Члени УАМ у діяльності дотримуються Стандартів якості маркетингових досліджень УАМ-СОУ 91.12.0-21708654-001-2002, Керівництва і Директив ESOMAR. ГО «УАМ» має низку 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, та при прийнятті отримали дві рекомендації від діючих членів ВГО «УАМ». Індивідуальні члени – це фахівці, які проводять діяльність у сфері маркетингу, просування брендів, реклами та PR, а також провідні науковці, викладачі маркетингу України.

Важливість застосування стратегічного підходу до маркетингової діяльності підприємств уже тривалий час є актуальна. Особливості використання маркетингу в різних галузях, підприємствах під час тривалого періоду його розвитку зумовили появу різноманітних концепцій. Під час маркетингового стратегічного управління на підприємстві необхідно керуватися принципами соціально-етичного маркетингу. Маркетингові технології допомагають вирішувати різноманітні завдання на споживчому ринку, ринку промислової продукції.

ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (ГО «УАМ»), ознайомилися з проєктом освітньо-професійної програми «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти та підкреслює, що зміст і структура

вказаної ОПП побудована на основі сучасних тенденцій науки і практики маркетингу та віддзеркалює запити роботодавців, проєктних координаторів до фахівців з маркетингу. Програмні результати навчання досягаються завдяки вдалому підбору освітніх компонент, таких як: Соціальна відповідальність бізнесу, Маркетинговий менеджмент, Маркетинг стартап-проектів та ін.

Мета освітньої програми повною мірою пов'язана із місією і стратегічними цілями НТУ «Дніпровська політехніка». Слушною та спрямованою на перспективу є можливість застосування у рамках ОПП складових міжнародної академічної мобільності, участі у кейс-змаганнях, олімпіадах з маркетингу, студентських конкурсах із створення, пітчингу та просування високотехнологічних стартап-проєктів.

Для удосконалення практичного наповнення освітньої компоненти «Маркетингове стратегічне управління» рекомендуємо до змісту практичних занять додати позитивні кейси вітчизняних підприємств з формування маркетингових товарних стратегій з урахуванням концепції сталого розвитку, цифровізації. У цих кейсах бажано відобразити соціально відповідальне ставлення до стратегічного управління товарним асортиментом, оновлення асортименту в площині стратегічної екологічної безпеки.

Таким чином, проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, розроблений кафедрою маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» 2026 року на високому рівні. Підготовка здобувачів вищої освіти за цією програмою буде відповідати актуальним вимогам ринку праці та європейським стандартам.

Рецензент

Президентка ГО «Українська асоціація маркетингу»

к.е.н., доцент І.В. Лилик



Рецензія

на освітньо-професійну програму навчання фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти «Маркетинг» 2026 року, кафедра маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

В сучасних умовах розвитку економіки України вагомою складовою постає розвиток маркетингу у високотехнологічній сфері, який має безумовний вплив на формування конкурентних переваг підприємств. Ефективне управління маркетингом підприємств розглядається як важлива складова забезпечення конкурентних переваг у стратегічній перспективі.

Шоколадна фабрика Millennium – це потужні виробництво і дистрибуція шоколаду та цукерок в Україні, ЄС. Підприємство протягом останніх років вдало позиціонує товари на ринках кондитерських та шоколадних виробів. Використовується ефективне управління товарним асортиментом та гнучке маркетингове ціноутворення. Український споживач давно оцінив продукти виробника, і віддав перевагу саме «Millennium». Підприємство є однією з найбільших кондитерських фабрик України та вже понад 25 років створює шоколад, що дарує радість, тепер використовуючи онлайн маркетингові інструменти.

Рецензований проєкт освітньо-професійної програми Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти спрямований на підготовку фахівців з маркетингу, здатних застосовувати управлінські маркетингові компетенції у сфері розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів та програм. Доречним для магістрів маркетингу на цій освітній програмі оволодіння провідними маркетинговими технологіями та використання маркетингових інструментів під час ефективного управління підприємствами.

Проєкт освітньо-професійної програми містить обов'язкове проходження передатестаційної практики, що дає можливість студентам закріпити на практиці теоретичні знання та зібрати необхідний статистичний матеріал для підготовки кваліфікаційної роботи магістра. Відмітимо доцільність вивчення дисципліни «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин». У рамках цього

предмету здобувачі поглиблено вивчають моделі управління взаємовідносинами з основними стейкхолдерами, сучасні форми взаємодії підприємств у каналах забезпечення та збуту.

Необхідною у цій ОП виступає дисципліна «Економічне обґрунтування маркетингових рішень». Саме в ній здобувачі вивчають систему показників ефективності маркетингової діяльності підприємства, управління ризиками в системі прийняття маркетингових управлінських рішень, економічне обґрунтування рішень в сфері управління товарною, збутовою політикою, ціноутворення, просування.

Добрим виступає урахування регіонального і галузевого аспектів у рецензованій програмі, у т.ч. орієнтація на стратегічні документи розвитку економіки Дніпропетровської області, специфіку підприємств промисловості, сфери послуг, високотехнологічних галузей.

Водночас з метою посилення практичного спрямування ОК «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин» ми рекомендуємо актуалізувати зміст курсу, додавши тематичні блоки щодо побудови екосистем партнерства та використання сучасних інструментів для автоматизації CRM-стратегій.

Рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, НТУ «Дніпровська політехніка» 2026 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

Рецензія

на освітньо-професійну програму навчання фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти «Маркетинг» 2026 року, кафедра маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Сьогодні на зростаючих ринках спостерігаються зміни в моделях споживчої поведінки та відповідній їй бізнес-практиці у високотехнологічних сферах. Такі зміни опосередковуються системним впровадженням технологій Industry 4.0, Industry 5.0. Це формує швидке реагування на сучасні економічні та технологічні виклики та окреслює нові підходи до управління маркетингом.

EDS – це інженерно-інвестиційна група, що проєктує, виробляє, будує та запускає комплексні енергетичні об'єкти, які одночасно забезпечують енергію, дохід та сталість. Компанія працює швидше за ринок, реалізує складні інженерні задачі, відповідає за маркетингові результати. Група веде діяльність з 2010 року, об'єднуючи під одним брендом EDS чотири стратегічні напрями: Енергетика (Energy), Виробничий хаб (Manufacturing), Будівництво (Construction), eMobility.

Інженерно-інвестиційна група EDS заряджена енергією для втілення найамбітніших проєктів, динамічно та ефективно веде бізнес і володіє силою для того, щоб контролювати електричну енергію, яка служить людям, не приносячи шкоди нашій планеті. Сьогодні у портфелі замовлень групи EDS одночасно перебувають до 25 об'єктів у сфері розвитку проектів, проєктування, будівництва та експлуатації сонячних електростанцій, виробництва електрощитового обладнання, будівництва та реконструкції електричних підстанцій, будівництва доріг і електропостачання об'єктів нерухомості.

Рецензуючи проєкт освітньо-професійної програми Маркетинг за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, відмітимо його орієнтацію на функціонування високотехнологічних підприємств із застосуванням IT-технологій у площині концепції сталого розвитку. Тому ця освітня програма є цікавою, сучасною та відповідає візії та ціннісним орієнтаціям Інженерно-інвестиційної групи EDS, оскільки ми приділяємо велике значення маркетинговому забезпеченню високотехнологічних процесів.

Дійсно, представлена освітньо-професійна програма сформована на основі сучасних тенденцій розвитку практики маркетингу в Україні, країнах ЄС. Ми підтримуємо застосування спеціальної дисципліни «Маркетинг стартап-проєктів, яка

дозволяє формувати необхідні спеціальні знання та компетентності студентів у площині створення, масштабування та успішного просування високотехнологічних стартап-проєктів. Це доречно у сучасному високотехнологічному світі.

Практична спрямованість цієї освітньо-професійної програми, на наш погляд, доречно базується на використанні позитивних кейсів, індивідуальних завдань, підготовці курсових проєктів з маркетингового стратегічного управління та економічного обґрунтування маркетингових рішень, проходженні передатестаційної практики.

Сучасною, що відображає тренди впровадження соціальної відповідальності у високотехнологічних галузях бізнесу, виступає дисципліна Соціальна відповідальність бізнесу. Підтримуємо навчання здобувачів за такою дисципліною на рецензованій освітній програмі. Це дає змогу майбутнім магістрам маркетингу управляти маркетинговими і технологічними проєктами, формувати необхідний набір маркетингових інструментів у площині досягнення бажаної соціальної та екологічної відповідальності.

Не зважаючи на наявність багатьох позитивних сторін, рекомендуємо посилити зміст цієї освітньої програми шляхом включення прикладів для обговорення на заняттях з визначення метрики ефективності позиціонування електротехнічного обладнання, охоплення маркетингових комунікаційних кампаній на ринку високотехнологічної продукції, успішної взаємодії з партнерами до дисциплін «Економічне обґрунтування маркетингових рішень», «Маркетинг взаємодії і партнерських відносин».

Отже, рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, НТУ «Дніпровська політехніка» 2026 року підготовлена на високому рівні відповідно актуальних запитів регіональних та національного ринків праці, тенденцій розвитку маркетингу, що дає змогу формувати успішних магістрів маркетингу.

Рецензент
PR-менеджерка
Інженерно-інвестиційної групи EDS М.В. Качинська