

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму
«Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»
спеціальності D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Національного університету «Чернігівська політехніка»

Освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» є надзвичайно актуальною в умовах сучасної цифрової ери, коли інтернет та цифрові платформи стали невід'ємною частиною бізнесу і комунікацій. Зміни в поведінці споживачів, стрімкий розвиток технологій та глобалізація ринків вимагають від фахівців нових компетенцій та глибокого розуміння інструментів онлайн-комунікацій та сучасного маркетингу.

При розробці освітньо-професійної програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти у НУ «Чернігівська політехніка» було взято за основу Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Унікальність даної програми полягає у тому, що вона спрямована на підготовку фахівців, здатних відслідковувати сучасні ринкові тенденції у цифровому середовищі з метою формування ефективної маркетингової діяльності ринкових суб'єктів.

Освітньо-професійна програма містить мету, об'єкт вивчення, цілі навчання, фокус та особливості програми. Визначені компетентності та програмні результати навчання дозволяють забезпечити здобувачам вищої освіти отримання теоретичних і практичних знань щодо ефективної організації маркетингової діяльності.

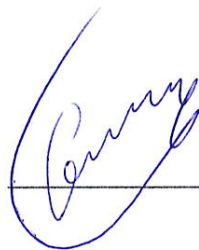
Вважаю доцільним запропонувати додати до переліку навчальних дисциплін за вільним вибором здобувача вищої освіти циклу професійної підготовки вибіркову компоненту «Інноваційне підприємництво та управління стартап-проектами», оскільки вона забезпечує здобувачам ключові знання та навички для успішного розвитку в сучасних умовах ринку. У сьогоdnішньому бізнес-середовищі, яке постійно змінюється, здатність розпізнавати інноваційні можливості та ефективно керувати стартапами є

однією з найважливіших компетенцій. Дисципліна сприятиме формуванню у здобувачів критичного мислення, необхідного для генерації нових ідей та їх ефективного втілення у життя. Це навчас здобувачів креативному підходу до вирішення проблем, що є важливим як для запуску стартапів, так і для роботи в сучасних корпораціях.

Вивчення основ інноваційного підприємництва допоможе здобувачам краще розуміти механізми створення та розвитку інноваційних продуктів та послуг. Дисципліна включає практичні кейси та інструменти, які допомагають зрозуміти етапи розвитку стартапів: від ідеї до її комерціалізації. Здобувачі отримують можливість працювати над реальними проектами, що надає їм цінний досвід в управлінні та масштабуванні бізнесу. Успішний запуск стартапу неможливий без грамотного маркетингового планування та комунікаційних стратегій. Інноваційне підприємництво дозволяє інтегрувати знання з маркетингу та інтернет-комунікацій у бізнес-контекст, що робить програму більш цілісною.

Таким чином, введення цієї дисципліни сприятиме підвищенню конкурентоспроможності випускників програми на ринку праці, забезпечуючи їм актуальні знання та практичні інструменти для успішної кар'єри у світі інноваційного бізнесу.

Керівник компанії
«HOLISTIC AGENCY»
26.11.2024.



Д.С. Селех

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму
«Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»
спеціальності D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Національного університету «Чернігівська політехніка»

Діяльність будь-якої компанії тісно пов'язана з економічною політикою держави, регулюванням та правовими нормами. Маркетологи працюють на стику бізнесу та споживчих ринків, і розуміння державних механізмів впливу на економіку допомагає їм ефективно адаптувати свої стратегії до зовнішніх умов. Унікальність даної програми полягає у тому, що спеціалісти з маркетингу потрібні у різних галузях – від IT і фінансів до FMCG та електронної комерції. Це робить професію гнучкою та багатoproфільною, відкриваючи широкі можливості для кар'єрного зростання і розвитку.

При розробці освітньо-професійної програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» підготовки фахівців за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти у НУ «Чернігівська політехніка» було взято за основу Стандарт вищої освіти України за спеціальністю 075 «Маркетинг». Освітньо-професійна програма містить мету, об'єкт вивчення, цілі навчання, фокус та особливості програми. Визначені компетентності та програмні результати навчання дозволяють забезпечити здобувачам вищої освіти отримання теоретичних і практичних знань щодо ефективної організації маркетингової діяльності.

Вважаю доцільним додати до переліку обов'язкових навчальних дисциплін здобувача вищої освіти циклу професійної підготовки «Державне регулювання економіки», оскільки державна політика може прямо впливати на ринки через ліцензування, квоти, митні тарифи або податкові пільги. Маркетологи повинні розуміти, як ці заходи можуть впливати на попит, конкуренцію та загальні ринкові умови, щоб адаптувати маркетингові стратегії. Державне регулювання спрямоване на підтримку чесної конкуренції та запобігання монополізації ринків, а тому маркетологи повинні розуміти принципи антимонопольного законодавства, щоб правильно

планувати рекламні кампанії та просування продуктів у конкурентних умовах. Державна політика також може впливати на соціально відповідальні практики компаній, як-от захист довкілля чи підтримка етичних стандартів і відповідно маркетологам важливо враховувати ці аспекти, щоб створювати позитивний імідж компанії та будувати довгострокові відносини зі споживачами. Крім того, закони щодо реклами можуть мати значний вплив на те, як маркетологи просувають продукти та послуги і розуміння механізмів державного регулювання щодо рекламного контенту, захисту прав споживачів та прозорості комунікацій допомагає уникнути порушень і санкцій.

Таким чином, дисципліна «Державне регулювання економіки» надає маркетологам необхідні знання для успішної діяльності в умовах регульованого ринку, допомагає враховувати вплив державної політики на бізнес-середовище та розробляти ефективні стратегії у відповідь на зовнішні зміни.

Начальник

Регіонального відділення

АБ «Південний» в м. Чернігів

04.12.2024.



А.І. Жерибор

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму
«Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»
спеціальності D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Національного університету «Чернігівська політехніка»

В умовах сьогодення та за нестабільної соціально-економічної і політичної ситуації маркетинговий підхід є одним із визначальних методів дослідження, прогнозування та управління. Нині відбувається швидкими темпами розвиток Інтернет-економіки. Успішне існування в новій реальності супроводжується значною мірою застосуванням як традиційного маркетингу, так і розробленням специфічних прийомів та засобів роботи в Інтернеті.

Актуальність освітньо-професійної програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» підтверджується затребуваністю серед роботодавців фахівців здатних використовувати можливості інтернет-комунікацій у маркетинговій діяльності.

Особливістю даної освітньої програми є підготовка маркетологів, які вміють проводити аналіз сучасних трендів ринку в цифровому середовищі та вивчати фактори, умови, ситуації, які впливають на здійснення ефективної маркетингової діяльності суб'єктів ринку.

Мета, об'єкт вивчення, цілі навчання, фокус та особливості програми зазначені в освітньо-професійній програмі. Компетентності та програмні результати навчання визначені в освітньо-професійній програмі дозволяють забезпечити здобувачам вищої освіти отримання теоретичних і практичних знань щодо здійснення ефективної маркетингової діяльності.

Пропоную додати до переліку навчальних дисциплін за вільним вибором здобувача вищої освіти циклу професійної підготовки вибіркову компоненту «Створення відеоконтенту», оскільки сучасна динаміка інформаційного суспільства потребує нових форматів контенту, які забезпечують високу ефективність з точки зору маркетингового впливу

на споживача. В останні роки відео стало ключовою складовою успішної маркетингової стратегії. Відомо, що на сьогоднішній день велика кількість людей цікавиться переглядом відео, а з поширенням соціальних мереж та інших цифрових платформ стало набагато простіше привертати увагу широкої аудиторії за допомогою відеоконтенту.

Останнім часом популярність відеоконтенту значно зросла, що надає як малому, так і великому бізнесу розширені можливості для розвитку. Використання відеоконтенту є потужним інструментом для залучення цільової аудиторії через маркетингові кампанії, покращення впізнаваності бренду, підвищення позиції у пошукових системах та збільшення конверсії.

Таким чином, введення цієї дисципліни надасть можливість здобувачам вищої освіти отримати глибокі знання щодо створення відеоконтенту з метою використання їх в практичній діяльності та сприятиме розвитку креативних навичок, ефективному використанню відеоформатів у просуванні брендів та підвищенню залученості цільової аудиторії.

Менеджер з маркетингу

ТОВ «АЛЬТЕП.КОМ»

12.12.2024.



Аліна Красій