

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

за спеціальністю D5 «Маркетинг»

галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Національного університету «Чернігівська політехніка»

В умовах цифровізації та зростання ролі даних у прийнятті управлінських рішень економічна статистика стає ключовим інструментом аналізу ринкових процесів. Вона забезпечує можливість обґрунтовано оцінювати результати маркетингових досліджень, виявляти закономірності та тенденції розвитку ринків. Застосування статистичних методів підвищує точність прогнозів і сприяє прийняттю ефективних управлінських та маркетингових рішень.

З метою забезпечення формування аналітичного мислення та професійних компетентностей, необхідних для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень у сучасному бізнес-середовищі пропоную включити освітній компонент «Економічна статистика та аналіз» до освітньо-професійної програми «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Мета та завдання нової навчальної дисципліни повністю узгоджуються з цілями освітньо-професійної програми та стандартом вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг». Дисципліна орієнтована на формування у здобувачів вищої освіти базових знань з економічної статистики, а також практичних навичок збору, обробки, аналізу та інтерпретації статистичних даних, необхідних для проведення маркетингових досліджень і оцінювання ринкових процесів.

Зміст освітнього компонента є логічно структурованим і послідовним. Він охоплює ключові поняття та методи економічної статистики, аналіз соціально-економічних показників, дослідження динаміки та структури ринків, а також застосування статистичних інструментів для обґрунтування маркетингових і управлінських рішень. Особливу цінність має прикладна спрямованість дисципліни та її орієнтація на використання реальних статистичних даних.

Позитивною рисою запровадження дисципліни «Економічна статистика та аналіз» є її практична орієнтація. Передбачені форми навчання та оцінювання (практичні роботи, розрахункові завдання, аналіз кейсів) сприяють розвитку аналітичного мислення, навичок роботи з інформацією та формуванню здатності робити аргументовані висновки на основі кількісних показників.

Очікувані програмні результати навчання з нової дисципліни чітко сформульовані та корелюють із загальними і фаховими компетентностями освітньо-професійної програми. Запровадження цього освітнього компонента створює підґрунтя для подальшого опанування професійно орієнтованих дисциплін, пов'язаних із маркетинговою аналітикою, дослідженням ринку та цифровими інструментами прийняття рішень.

Узагальнюючи, слід зазначити, що введення в освітньо-професійну програму «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітнього компонента «Економічна статистика та аналіз» є доцільним, відповідає сучасним вимогам ринку праці та освітнім стандартам, посилює аналітичну складову підготовки здобувачів і може бути рекомендоване до впровадження та реалізації в освітньому процесі Національного університету «Чернігівська політехніка».

Керівник Центру підтримки
підприємництва інновацій та стартапів
в Чернігівській області



В.В. Немчик

18.11.25.

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 динамічних змін ринкового середовища та посилення конкурентної боротьби маркетинг стає ключовим інструментом забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Він сприяє своєчасному виявленню потреб споживачів та формуванню ефективних ринкових пропозицій. Застосування сучасних маркетингових підходів дозволяє компаніям адаптуватися до змін зовнішнього середовища та підвищувати результативність управлінських рішень.

Освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» є актуальною в умовах цифрової трансформації економіки та активного розвитку онлайн-середовища. Вона спрямована на підготовку фахівців, здатних ефективно поєднувати класичні маркетингові підходи з сучасними цифровими інструментами та технологіями. Програма формує компетентності з розроблення та реалізації маркетингових стратегій у цифрових каналах комунікації. Особлива увага приділяється формуванню навичок з бізнес-маркетингу з використанням інструментів інтернет-комунікацій. Реалізація програми відповідає потребам сучасного ринку праці та запитам бізнесу щодо підготовки конкурентоспроможних маркетологів.

У сучасних умовах цифрового маркетингу та персоналізації пропозицій знання з поведінки споживача є необхідною складовою професійної підготовки маркетолога. Вони дають змогу ефективно використовувати аналітику споживчих даних для прогнозування попиту та оптимізації маркетингових стратегій. Розуміння особливостей онлайн-поведінки споживачів сприяє підвищенню результативності цифрових каналів комунікації та інструментів просування. Це, у свою чергу, забезпечує

формування конкурентних переваг бренду та зростання його ринкової ефективності.

Вважаю доцільним запропонувати перенести до обов'язкових дисциплін освітню компоненту «Поведінка споживача», оскільки вона забезпечує глибоке розуміння мотивів, потреб і очікувань споживачів та формує знання про психологічні, соціальні та культурні чинники, що впливають на процес прийняття купівельних рішень. Опанування цієї дисципліни дозволяє майбутнім маркетологам ефективно сегментувати ринки та формувати ціннісні пропозиції, орієнтовані на конкретні цільові аудиторії. Аналіз поведінки споживачів сприяє розробці результативних маркетингових комунікацій і підвищенню рівня лояльності клієнтів. У сучасних умовах цифрового маркетингу та персоналізації пропозицій знання з поведінки споживача є необхідною складовою професійної підготовки маркетолога.

Загалом освітньо-професійна програма «Бізнес-маркетинг та інтернет-комунікації» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системних знань, професійних компетенцій та практичних навичок, що забезпечують здатність аналізувати, прогнозувати й ефективно вирішувати складні маркетингові задачі в умовах динамічного конкурентного середовища та відповідає сучасним вимогам ринку праці і рекомендується до впровадження в освітній процес.

Менеджер з персоналу

ТОВ «РІДІТ»

19.10.25.



Ю.М. Гирман