

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Національного університету «Чернігівська політехніка»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, розроблена кафедрою маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», є актуальною, структурованою та такою, що відповідає сучасним вимогам ринку праці, тенденціям розвитку маркетингу та стандартам вищої освіти України.

Мета освітньої програми чітко сформульована та орієнтована на підготовку висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, здатних розв'язувати складні управлінські, аналітичні та дослідницькі завдання в умовах динамічного бізнес-середовища. Програма забезпечує формування, загальних і фахових компетентностей, що відповідають рівню магістерської підготовки та профілю спеціальності D5 «Маркетинг».

Структура освітньо-професійної програми є збалансованою та логічною. Обов'язкові освітні компоненти формують системне бачення маркетингової діяльності, сучасних інструментів управління, стратегічного та цифрового маркетингу. Послідовність вивчення дисциплін сприяє поступовому ускладненню змісту навчання та розвитку аналітичного й критичного мислення здобувачів.

Ключовою перевагою освітньо-професійної програми є її спрямованість на формування у фахівців компетентностей зі стратегічного управління маркетингом, розроблення ефективних маркетингових стратегій та проведення самостійних маркетингових досліджень із застосуванням сучасних інноваційних підходів, діджитал-технологій і методів управління маркетинговою діяльністю.

Програмні результати навчання орієнтовані на формування у здобувачів вищої освіти здатності застосовувати сучасні маркетингові інструменти, аналітичні підходи та управлінські технології для розв'язання складних професійних завдань у сфері маркетингу. Методи навчання передбачають поєднання теоретичної підготовки з практикоорієнтованими формами роботи,

зокрема аналізом кейсів, виконанням індивідуальних і групових проєктів, дослідницьких завдань та презентацією результатів. Форми контролю та оцінювання спрямовані на перевірку рівня сформованості професійних компетентностей, розвитку практичних навичок, самостійної роботи, критичного мислення, командної взаємодії та дослідницьких здібностей здобувачів вищої освіти, що відповідає сучасним вимогам до підготовки магістрів зі спеціальності «Маркетинг».

Вважаю, що доцільним є подальше посилення вибіркового блоку освітньо-професійної програми за рахунок включення дисципліни «Маркетингово-орієнтоване управління бізнесом», яка може суттєво підвищити прикладну та управлінсько-аналітичну спрямованість підготовки здобувачів вищої освіти. Запровадження такої дисципліни сприятиме формуванню у здобувачів здатності інтегрувати маркетингові підходи в систему управління підприємством, використовувати маркетинг як інструмент обґрунтування управлінських рішень, а також застосовувати аналітичні підходи та сучасні цифрові рішення у практичній діяльності. Реалізація зазначеної пропозиції узгоджується з актуальними запитами бізнес-середовища та сучасними тенденціями розвитку data-driven маркетингу.

Загалом освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» розроблена кафедрою маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка» відповідає сучасним освітнім вимогам та може бути рекомендована до впровадження.

Керівник маркетингової компанії
«theholistic.agency»

09.10.25.



Д.С. Селех

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Національного університету «Чернігівська політехніка»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, розроблена кафедрою маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», демонструє системний підхід до підготовки фахівців у сфері маркетингу з урахуванням сучасних викликів розвитку бізнесу, трансформації ринків та зростання ролі аналітичних підходів в управлінні.

Зміст та мета освітньої програми узгоджуються з вимогами стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» та орієнтовані на формування у здобувачів здатності до комплексного розв'язання професійних завдань у сфері маркетингової діяльності. Програма спрямована на підготовку фахівців, які володіють сучасним інструментарієм маркетингу, здатні працювати в умовах невизначеності, приймати обґрунтовані маркетингові рішення та адаптувати маркетингові стратегії до змін зовнішнього середовища.

Структура освітньо-професійної програми є логічною та збалансованою. Обов'язкові компоненти забезпечують формування фундаментальних знань з маркетингового менеджменту, стратегічного та цифрового маркетингу, а також організації наукових досліджень. Важливою особливістю програми є її фокус на проведення досліджень, упровадження маркетингових інновацій у бізнес-проектах, а також використання digital-технологій у маркетинговій діяльності суб'єктів ринкових відносин, що функціонують в умовах невизначеності.

Програмні результати навчання сформульовані чітко та корелюють зі змістом освітніх компонентів. Вони орієнтовані на розвиток професійних, аналітичних і дослідницьких компетентностей. Методи навчання та форми оцінювання передбачають використання практичних завдань, кейсів, проєктної роботи та самостійних досліджень, що сприяє формуванню навичок командної взаємодії, критичного мислення та професійної відповідальності.

Аналіз структури та змістового наповнення освітньо-професійної програми свідчить про наявність збалансованого набору освітніх компонентів, який забезпечує підготовку фахівців, здатних поєднувати практичну діяльність у сфері маркетингу з аналітичною та науково-дослідною роботою. Зміст програми спрямований на формування фахівців з належним рівнем професійних компетентностей, необхідних для аналізу проблем і розв'язання складних завдань у сфері маркетингової діяльності. Такий підхід дозволяє здобувачам вищої освіти застосовувати маркетингові методи та аналітичні підходи для обґрунтування стратегічних і тактичних рішень, адаптованих до потреб сучасного бізнес-середовища.

Рекомендую розглянути можливість включення до вибіркового блоку освітньо-професійної програми дисципліни «Маркетингова аналітика в системі управління підприємством», що сприятиме посиленню практичної та аналітичної складової підготовки магістрів з маркетингу. Запровадження такої дисципліни дозволить сформувати у здобувачів вищої освіти здатність використовувати інструменти маркетингової аналітики для підтримки управлінських рішень, працювати з даними в умовах цифровізації бізнесу та інтегрувати аналітичні підходи в систему управління підприємством. Реалізація зазначеної пропозиції відповідатиме сучасним тенденціям розвитку маркетингу та зростаючим запитам бізнес-середовища щодо підготовки фахівців.

Узагальнюючи, слід зазначити, що освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», розроблена кафедрою маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка», відповідає сучасним вимогам підготовки фахівців з маркетингу, має чітко окреслену практичну та аналітичну спрямованість і може бути рекомендована до впровадження та подальшої реалізації.

Пономаренко Артур

Директор «YÖZH»

24.10.25.

