

РЕЦЕНЗІЯ - ВІДГУК
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

У сучасних умовах розвитку економіки, цифрової трансформації бізнесу, високої конкуренції та швидких змін у поведінці споживачів роль маркетолога істотно змінюється. Сьогодні роботодавці потребують фахівців, які не лише володіють ґрунтовними теоретичними знаннями, а й здатні швидко аналізувати ринкову ситуацію, працювати з цифровими технологіями, використовувати маркетингову аналітику, приймати стратегічні рішення та ефективно реагувати на постійні зміни зовнішнього середовища. Саме тому якість підготовки магістрів маркетингу є одним із важливих чинників підвищення конкурентоспроможності сучасних підприємств.

Ознайомившись із освітньо-професійною програмою «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти ДВНЗ «Ужгородський національний університет», можу відзначити, що її зміст відповідає сучасним вимогам бізнесу та актуальним запитам роботодавців. Освітня програма орієнтована на підготовку фахівців, які здатні працювати в умовах цифрової економіки, впроваджувати сучасні маркетингові технології, розробляти ефективні маркетингові стратегії, управляти розвитком підприємства та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Особливо позитивно оцінюю перелік обов'язкових освітніх компонентів, які формують компетентності, необхідні сучасному маркетологу. Вивчення дисциплін «Маркетинговий менеджмент», «Рекламний менеджмент», «Інноваційний маркетинг», «Міжнародний маркетинг», «Логістичний менеджмент» та «Цифрові технології та аналітика в маркетингу» тощо, забезпечує підготовку фахівців, здатних працювати з сучасними маркетинговими інструментами, аналізувати ринкове середовище, оцінювати конкурентні позиції підприємства, використовувати цифрові технології, маркетингову аналітику та інструменти штучного інтелекту під час прийняття управлінських рішень.

З позиції роботодавця можу зазначити, що сьогодні особливо цінуються працівники, які володіють не лише професійними знаннями, а й розвиненими аналітичними здібностями, стратегічним мисленням, навичками командної роботи, ефективної комунікації, презентації власних ідей, управління проєктами та адаптації до швидких змін ринкового середовища. Аналіз освітньої програми свідчить, що зазначені компетентності формуються комплексно через зміст освітніх компонентів, виконання практичних завдань, проходження фахової (виробничої) практики та виконання кваліфікаційної роботи.

Важливою перевагою програми є чітко визначена мета ОП і її орієнтація на практичне застосування знань. Для роботодавців надзвичайно важливо, щоб випускники вже на початку професійної діяльності були готові працювати з реальними маркетинговими даними, проводити аналіз ринку, брати участь у розробленні маркетингових стратегій, оцінювати ефективність рекламних кампаній, використовувати сучасні цифрові платформи та адаптувати маркетингові рішення відповідно до змін у поведінці споживачів. Саме такі компетентності передбачені освітньо-професійною програмою.

Загалом освітньо-професійна програма «Бізнес-адміністрування» другого рівня вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент галузі знань 07 Управління та адміністрування повністю відповідає вимогам до документів такого типу, має комплексний та цільовий підхід для підготовки висококваліфікованого магістра і заслуговує на рекомендацію до впровадження у ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Рецензент:

Представник ТОВ ««САН ВЕСТ ЕНЕРДЖІ ГРУП»



Яцко М.В.