

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «Маркетинг» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «доктор філософії (PhD)» за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право», розроблену на кафедрі маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету

Турбулентні зміни у всіх сферах людської діяльності викликають потребу у постійному пошуку нових форм і методів цілеспрямованого впливу на процеси, що відбуваються у суспільстві. Маркетинг являє собою інноваційний напрям бізнес-діяльності, поряд із цим, обмеженість факторів розвитку в конкурентному середовищі обумовлює незбалансованість маркетингових можливостей з ринковими вимогами. Відтак, підготовка здобувачів третього (доктор філософії) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг має сприяти збільшенню сукупного потенціалу науковців-дослідників, здатних вирішувати складні і неординарні проблеми, кількість яких зростає одночасно з розвитком конкурентного середовища.

Рецензована освітньо-наукова програма підготовки здобувачів третього рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг спрямована сформувати на основі інтеграції виробництва, освіти і науки ефективної системи підготовки наукових кадрів, здатних продукувати новітні ідеї, розв'язувати комплексні проблеми маркетингу через здійснення дослідницької інноваційної діяльності, результати якої мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення. За освітньо-науковою програмою підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг сформовано збалансовану освітню складову, за якою передбачено набуття здобувачами таких компетентностей, як[^]

1) здобуття глибинних знань із спеціальності, за якою аспірант здійснює дослідження, зокрема: «Формування маркетингових стратегій в агробізнесі», «Інноваційний маркетинг», «Методологія проведення наукових досліджень»;

2) оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду – «Філософія науки»;

3) набуття універсальних навичок дослідника, зокрема: «Комунікації в науковому середовищі», «Управління науковими проектами та реєстрація прав інтелектуальної власності», «Вступ до викладання та навчання»;

4) здобуття мовних компетентностей, достатніх для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою – «Іноземна мова для академічних цілей».

Підготовка до здійснення викладацької діяльності забезпечується «Педагогічною практикою». Вибіркові компоненти ОНП, які формуються кафедрою маркетингу та логістики, складаються з дисциплін у яких наведені розв'язані викладачами науково-практичні проблеми у галузі маркетингу. Хоча, при цьому, доцільним буде рекомендувати внести зміни до переліку фахових вибірових дисциплін та додати ВК «Маркетинг подій», що сприятиме формуванню у здобувачів навичок інфраструктурного забезпечення організації подій в системі маркетингу послуг, проведення проект-менеджменту, контролінгу і таймінгу здійснення заходів.

Отже, зміст освітньо-наукової програми «Маркетинг» підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти забезпечує отримання відповідних програмних результатів навчання, які корелюють з потребами сучасного наукового та економічного середовища.

Рецензент:

д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу
Дніпровського державного
аграрно-економічного університету

Підпис Багорка М.О.
засвідчую:
Начальник відділу кадрів



Б.

Марія БАГОРКА

Юлія

Юлія КАРАМУШКА