

РЕЦЕНЗІЯ
на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
Сумського національного аграрного університету

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» спрямована на формування у здобувачів вищої освіти системи комплексних теоретичних знань та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингу, має на меті підготовку висококваліфікованих фахівців, які володіють концептуальними та практичними навичками проведення маркетингових досліджень та ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств, установ і бізнес-структур, мають критичне осмислення теорій, принципів і методів прийняття ефективних управлінських та підприємницьких рішень у сфері професійної маркетингової діяльності.

Представлена на рецензію освітня програма в цілому відповідає Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування», затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р., № 1343. Загальний обсяг становить 240 кредитів, у тому числі обсяг дисциплін за вибором складає 60 кредитів ЄКТС або 25,0%. Значна увага приділена практичній підготовці здобувачів вищої освіти за цим рівнем та становить 20 кредитів або 8,3 %, що є важливим з точки зору посилення адаптації майбутніх фахівців до вимог ринку праці. Вимога Стандарту щодо того, що мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, врахована.

Структура та зміст ОПП «Маркетинг» у повній мірі відповідає предметній області зазначеної спеціальності. ОПП логічно побудована, забезпечує гармонійний баланс між дисциплінами, що дозволяє в цілому досягти програмних результатів навчання (ПРН). Підтвердженням цього є структурно-логічна схема, представлена в освітній програмі, що є продуманим алгоритмом її реалізації. Вибірковий блок містить достатню кількість дисциплін, що дозволяє забезпечити індивідуальну освітню траєкторію здобувачів вищої освіти.

Одночасно варто звернути увагу на такі дискусійні моменти, уточнення котрих дозволить посилити якість освітньої програми, представленої на рецензію:

1. З огляду на аграрну скерованість підготовки майбутніх маркетологів в рамках ОП (яка і складає її унікальність), її б посилювало відповідне змістовне наповнення формулювань ПРН і ФК, визначених додатково на рівні університету (відповідно, Р19-Р22 та ФК15-ФК18), а також освітніх компонент, які їх забезпечують.

2. Дискусійним є підхід, за якого перелік вибіркових дисциплін загальної підготовки певною мірою накладається на обов'язкові освітні компоненти (наприклад, вибіркова компонента «Економетрика» і обов'язкова компонента «Економіко-математичні методи і моделі»).

Вважаю, що рецензована освітньо-професійна програма «Маркетинг» повною мірою забезпечує підґрунтя для того, щоб сформувати фахівця з маркетингу, який зможе якісно виконувати всі завдання, що постають перед маркетологами у їхній професійній діяльності, застосовуючи при цьому відповідні теорії та методи. Ідентифіковані недоліки носять переважно не системний характер та можуть бути усунуті на етапі щорічного перегляду освітньої програми.

Завідувач кафедри маркетингу і логістики

Національного університету

«Львівська політехніка»

д. е. н., доцент



Назар ГЛИНСЬКИЙ

