

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності D5 «Маркетинг»

Сумського національного аграрного університету

Освітньо-професійна програма «Маркетинг», що реалізується на факультеті економіки і менеджменту Сумського національного аграрного університету, розроблена відповідно до чинних вимог до підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та узгоджується з потребами сучасного ринку праці, зокрема аграрного сектору економіки.

Програма має чітко визначену мету, що полягає у формуванні системи теоретичних знань та розвитку професійних компетентностей у сфері маркетингу, підготовці фахівців, здатних приймати ефективні управлінські рішення, здійснювати маркетингові дослідження та реалізовувати маркетингову політику підприємств. Важливою перевагою ОПП є її орієнтація на специфіку аграрного ринку, що забезпечує прикладний характер підготовки та підвищує конкурентоспроможність випускників.

Зміст програми охоплює цикл дисциплін загальної та професійної підготовки. Логіка побудови освітніх компонентів є послідовною та спрямованою на формування інтегральної, загальних і спеціальних компетентностей відповідно до стандарту спеціальності «Маркетинг». Особливої уваги заслуговує включення освітньої компоненти «Діджитал маркетинг», що відповідає сучасним тенденціям цифровізації бізнесу. Наявність «Аграрного маркетингу» забезпечує галузеву специфіку програми та її відповідність профілю університету.

Позитивним є використання студентоцентрованого підходу, проблемно-орієнтованого навчання, кейс-методів, цифрових платформ, що відповідає сучасним тенденціям цифровізації освіти. Значну увагу приділено практичній підготовці здобувачів та формуванню навичок роботи з інформаційними системами й аналітичними інструментами.

З огляду на глобальні тенденції цифрової трансформації бізнесу та стрімке впровадження інструментів штучного інтелекту у маркетингову діяльність, варто розглянути можливість запровадження вибіркової освітньої компоненти «Штучний інтелект у маркетингу». Це сприятиме формуванню у здобувачів знань та практичних навичок використання інструментів штучного інтелекту для аналізу ринку, прогнозування попиту, персоналізації комунікацій та автоматизації маркетингових процесів. Запровадження такої освітньої компоненти посилить інноваційну складову програми, відповідатиме сучасним вимогам ринку праці та сприятиме підготовці конкурентоспроможних фахівців, здатних працювати в умовах цифрової економіки.

Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня є цілісною, актуальною та такою, що відповідає стандарту спеціальності «Маркетинг». Вона забезпечує належний рівень теоретичної та практичної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу та рекомендується до реалізації у освітньому процесі кафедри маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету.

Рецензент

Завідувач кафедри маркетингу

Волинського національного університету

імені Лесі Українки, к.е.н., доцент



Тетяна САК