

РЕЦЕНЗІЯ-ВІДГУК

***на освітньо-професійну програму підготовки фахівців
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» 2023
року кафедри маркетингу Національного технічного
університету «Дніпровська політехніка»***

Вміння знайти і задовольнити потреби споживачів відображає сутність маркетингу, як філософії бізнесу і передбачає орієнтацію її діяльності на задоволення потреб споживачів як єдину можливість досягти цілей, пов'язаних із прибутком, проникненням на нові ринки, розвитком фірми. Маркетинг є філософія бізнесу та означає орієнтацію усієї діяльності фірми – від проєктування та виробництва до збуту товарів – на задоволення потреб споживачів.

Кожна фірма існує на ринку не ізольовано. На її діяльність впливають законодавчі акти, митні тарифи, лояльність місцевих та державних органів влади, взаємини із засобами масової інформації, політична ситуація в країні та за її межами. Ці та багато інших зовнішніх факторів так званого маркетингового середовища або сприяють розвитку компанії або гальмують його. Зараз під час маркетингової бізнес-взаємодії слід урахувати складність ведення бізнесу, турбулентність середовища через повномасштабні військові дії, спричинені країною-агресором росією.

Розглянута ОПП містить: профіль, мету, характеристики, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, ресурсне забезпечення, дані про внутрішню і міжнародну академічну мобільність. Основний фокус освітньої програми зумовлений тим, що Освітня програма «Маркетинг» орієнтована на поєднання практичної підготовки з опануванням сучасного інструментарію маркетингових досліджень, на основі оволодіння провідними маркетинговими технологіями та використання маркетингу в управлінні підприємствами.

У програмі слушно визначено загальні та спеціальні компетентності, виходячи із її сучасних завдань, що вирішують у координатах аналітичного маркетингу. Структурно-логічна схема є збалансована у часовому та змістовому вимірах. Навчальний план підготовки здобувачів відповідає

завданням ОП і дозволяє досягати програмних результатів навчання у відповідності до запитів потенційних роботодавців.

Рекомендуємо, з урахуванням тенденцій розвитку індустрії 5.0, цифровізації, сталого розвитку, в межах дисципліни «Маркетингове стратегічне планування» розширити тематичне наповнення методичного матеріалу, пов'язане із маркетинговою діяльністю підприємств України у площині цих виокремлених тенденцій.

На наш погляд, аналізуючи наповненість освітньої програми «Маркетинг» дисциплінами, підкреслимо, що доцільно продовжувати включати до переліку дисциплін вільного вибору студентів такі ОК, як: Event-маркетинг, Маркетингова бізнес-аналітика, Виставкова діяльність. Ці дисципліни, дійсно, розширюють професійні знання у сфері ефективних ринкових інструментів організації та координування прямої комунікації з партнерами, споживачами і співробітниками; сучасної аналітичної метрики оцінки ефективності маркетингової діяльності; формування у здобувачів комплексного уявлення про особливості вивчення сучасних тенденцій розвитку виставкової діяльності.

Таким чином, розглянутий проєкт освітньо-професійної програми підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» 2023 року, розроблений кафедрою маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» є актуальним, відповідає потребам роботодавців та інших стейкхолдерів і дозволяє на високому рівні готувати майбутніх бакалаврів маркетингу, що будуть конкурентоспроможними на ринках праці.

Рецензент,

Консультант з маркетингу і розвитку бізнесу,
керівник компанії Nasyrova Consulting

Світлана Насирова



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» 2023 року кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

ГО «Українська асоціація маркетингу» (ГО «УАМ») – всеукраїнська громадська організація, створена за професійною ознакою і не має на меті отримання прибутку. Свою діяльність ГО «УАМ» здійснює відповідно до Статуту та Етичного Кодексу Асоціації. Члени УАМ у своїй діяльності дотримуються Стандартів якості маркетингових досліджень УАМ-СОУ 91.12.0-21708654-001-2002, Керівництв і Директив ESOMAR. ГО «УАМ» має колективних та індивідуальних членів. Колективними членами УАМ стають компанії, які у своїй діяльності дотримуються Стандартів якості маркетингових досліджень УАМ-СОУ 91.12.0-21708654-001-2002, Керівництв та Директив ESOMAR, а також при вступі отримали дві рекомендації від членів ВГО «УАМ». Індивідуальні члени – це фахівці, які працюють у сфері маркетингу, реклами, PR, а також провідні викладачі маркетингу України.

Маркетинг є філософія бізнесу, за якої всі дії підприємства розглядаються через призму задоволення потреб клієнта. При цьому філософія маркетингу сприймається як орієнтація задоволення потреб клієнта, зміна поведінки споживача щодо купівлі. Важливо у сучасних умовах бізнес-взаємодії розуміти маркетинг як інструментарій задоволення потреб клієнта та комунікації з ним. Проте воєнний стан в Україні, пов'язаний із широкомасштабною військовою агресією росії, спричиняє ускладнення маркетингової діяльності вітчизняних підприємств, що викликає застосування відповідних стратегій і тактик маркетингу. У цьому аспекті антикризовий маркетинг, маркетингова діяльність є складовою тримання відповідного економічного, освітнього і наукового фронтів.

ГО «Українська асоціація маркетингу», у ході аналізу цього проєкту ОПІ «Маркетинг» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, відмічає наявність сучасного релевантного, тематичного наповнення за комплексом важливих освітніх компонент. Заслугує на схвалення наявність у нормативній частині спеціальних дисциплін «Екологічний маркетинг», «Маркетинг сталого розвитку», що відображає унікальність рецензованої ОП, пов'язану із

опануванням складових концепції маркетингу сталого розвитку. Важливими для формування практичних навиків і компетенцій майбутніх бакалаврів маркетингу є виконання здобувачами низки курсових проєктів з маркетингового ціноутворення, маркетингових досліджень, маркетингової політики розподілу, маркетингу промислового підприємства, маркетингового стратегічного планування.

Задля поліпшення якості підготовки фахівців за ОП Маркетинг вважаємо за доцільне за дисципліною «Маркетинг послуг» розширити тематику, пов'язану із маркетинговим забезпеченням надання послуг в умовах поширення інноваційних технологій. Доречно поглибити тематичні напрямки, пов'язані з організацією маркетингу послуг у межах концепції сталого розвитку.

Ураховуючи сьгоднішні реалії рекомендуємо додати підтеми, пов'язані із антикризовим маркетингом у дисципліні Маркетингова товарна політика, Маркетингове стратегічне планування. У межах ОК «Маркетингова політика розподілу» рекомендуємо більш широко висвітлювати питання визначення конкуренції в каналах розподілу вітчизняних товарів і послуг, що орієнтовані на рух ресурсних потоків до єдиного ринкового простору ЄС.

Підтримуємо пропозицію фахової вибіркової ОК «Соціологія ринків», що дозволить поглибити здобувачам фахові skills у сфері розуміння фундаментальних сил функціонування сучасних ринків. Доцільно у змістових межах цієї дисципліни додатково висвітлювати вплив соціокультурних факторів на економічний і ринковий розвиток України, підкреслюючи необхідність адаптації культурних цінностей ЄС.

Отже, проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «Бакалавр» 2023 року, розроблений кафедрою маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» на високому рівні. Підготовка здобувачів вищої освіти за даною програмою буде відповідати вимогам ринку праці та європейським стандартам.

Рецензент,
Президент Громадської
організації «Українська асоціація маркетингу»,
к.е.н., доцент



І. В. Лилик

Рецензія

на освітньо-професійну програму підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» 2023 року кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

В умовах геополітичних викликів, воєнного стану в Україні, викликаного широкомасштабною військовою агресією ворожої росії, доречно посилювати компетенції фахівців з маркетингу, які мають успішно позиціонувати товарно-сервісну пропозицію вітчизняних підприємств. Підкреслимо, що фахівці спеціальності 075 Маркетинг, є дуже потрібні в масштабах України і для Дніпропетровського регіону, зокрема. Завдяки вдалій діяльності таких фахівців можливо впевнено тримати наш трудовий і освітній фронт. Ці фахівці успішно працюють на усіх підприємствах, як у сфері торгівлі, так і у виробничій сфері, сприяючи збуту і просуванню товарів і послуг. Безперечно, слід приділяти належну увагу їх роботі на засадах концепції маркетингу сталого розвитку.

ТОВ фірма «Алмаз Мотор, ЛТД» є дилером Toyota в Дніпропетровській області. Підприємство втілює діяльність компанії Тойота Центр Дніпро «Алмаз Мотор». Ця компанія є два сучасних комплекси, побудовані відповідно до стандартів Toyota, які включають: show-room, зону сервісу та ділянку фарбувальних і кузовних робіт.

Підкреслимо, що рецензована освітня програма спрямована на формування у здобувачів теоретичних знань та практичних навичок застосування аналітичного інструментарію маркетингу в умовах невизначеності бізнесу. Певна унікальність навчання й оволодіння знаннями і компетенціями за цією програмою забезпечується поглибленим вивченням засад сталого розвитку в площині маркетингової діяльності компанії, коли фахівці успішно застосовують маркетингові інструменти для узгодження економічних, екологічних, соціальних інтересів суб'єктів ринку.

У ході здійснення рецензування ОПП «Маркетинг» освітнього рівня «Бакалавр» галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг» ми можемо запропонувати за дисципліною «Маркетингова товарна політика» розширити тематичні напрямки, що стосуються висвітлення змісту і структури асортименту екологічно чистої продукції, координування потоків гуманітарної допомоги. За дисципліною «Маркетинг послуг» доцільно розширити позитивні кейси, ситуаційні завдання з маркетинговим забезпеченням діяльності благодійних фондів, вітчизняних і закордонних волонтерських організацій в умовах воєнного стану.

Слушним може бути пропонування вибіркової фахової дисципліни «Оцінка ризику маркетингової діяльності», до складу якої доцільно включити тематику, пов'язану із застосуванням математичних інструментів, пов'язаних із оцінкою ризику маркетингової діяльності в умовах сучасних геополітичних викликів. У дисципліні «Майстер-клас успішних презентацій» доцільно більш широко висвітлити тематику, пов'язану із здобуттям низки цифрових скілів задля формування успішної, відомої кар'єри в Україні та світі.

У цілому, ОПП «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» 2023 року комплексно визначає програмні результати навчання, які використовуються у професійній діяльності майбутніх фахівців. З урахуванням вищезазначеного, рецензовану ОПП «Маркетинг» за бакалаврським рівнем вищої освіти рекомендуємо для підготовки здобувачів за відповідною спеціальністю.

Рецензент

Заступник начальника відділу продажу автомобілів
по роботі з корпоративними клієнтами
товариства з обмеженою відповідальністю
фірма «Алмаз Мотор, ЛТД»



Н.В. Рибаківа

04.01.2023р.