

## **РЕЦЕНЗІЯ**

### **на освітньо-професійну програму «Маркетинг» підготовки здобувачів на першому (бакалаврському) рівні**

#### **в Національному університеті «Запорізька політехніка»**

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки, змін, що відбуваються в країні і в суспільстві, освітньо-професійні програми підготовки фахівців у ВНЗ потребують постійного оновлення, доповнення з метою підготовки професіоналів у відповідності до потреб ринку праці, в тому числі в сфері маркетингу.

Освітня програма «Маркетинг» оновлена та розроблена з урахуванням регіонального ринку праці та стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Програма спрямована на формування комплексу соціально-гуманітарних, економічних, управлінських та спеціальних фахових знань та умінь, необхідних для спеціалістів в області маркетингу та маркетингової діяльності. Реалізація освітньої програми дозволяє забезпечити досягнення передбачених програмних результатів навчання та набуття здобувачами вищої освіти програмних компетентностей. Програмні компетентності включають інтегральну компетентність, загальні та фахові компетентності, необхідні для успішної діяльності фахівця з маркетингу.

Послідовність вивчення дисциплін, перелік, обсяг обов'язкових та вибіркових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, представленої у п.2.2. Запропонована послідовність дисциплін покликана сприяти забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам роботодавців. Вимоги до змісту та реалізації компетентнісного підходу освітньої програми створюють умови для всебічного розвитку особистості здобувача. Гнучкість та відкритість траєкторій

навчання, підтвержені циклом вибірових дисциплін, є важливими аспектами студентоцентрованого навчання ОПП «Маркетинг».

Разом з тим, в процесі ознайомлення з представленим на рецензування ОПП виникли певні пропозиції: скоротити вивчення дисципліни «Вища математика» до одного семестру, бо вона не є профільною, і додати до навчального плану, наприклад, дисципліну «Основи наукознавства» або «Емоційний інтелект». Більше уваги приділити інтернет-технологіям, тому дисципліну «Інформаційні системи і технології в маркетингу» перевести з вибірового блоку до блоку обов'язкових компонент. Також з вибірового блоку до блоку обов'язкових компонент доцільно перевести дисципліни «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетингова політика розподілу», «Комерційна діяльність посередницьких підприємств».

В цілому, освітня програма «Маркетинг» підготовки бакалаврів у Національному університеті «Запорізька політехніка» відповідає сучасному рівню освітньої практики та потребам ринку праці, що дозволяє рекомендувати використання цієї освітньої програми для підготовки фахівців за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Директор по маркетингу  
ТОВ «ЕЙЧДІ-ГРУП»



А.Є.Міщенко