

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» 2022 року кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

ВГО «Українська асоціація маркетингу» (ВГО «УАМ») – всеукраїнська громадська організація, створена за професійною ознакою і не має на меті отримання прибутку. Свою діяльність ВГО «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.

Сучасний стан розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від вітчизняних та іноземних підприємств найоптимальнішої орієнтації на споживача на засадах маркетингового підходу. Маркетинг фактично зробив революцію і модернізував рівень життя людей. Кардинальні зміни ролі споживача дають нам право говорити про революцію у маркетингу. Сьогодні споживач ще не відчуває своєї сили, лише поступово приходить до висновку, що він сам може формувати бізнес-середовище підприємства. Класично, маркетинг розглядається з трьох точок зору: як філософія бізнесу, комплекс методів системи управління та інструменти взаємодії зі споживачем (концепція 4P/C).

ГО «Українська асоціація маркетингу», розглянувши проєкт ОПП «Маркетинг» за першим (бакалаврським) рівнем вищої освіти, зазначає, що вказана ОПП характеризується слушною конфігурацією сучасних освітніх компонент: «Етика маркетингу», «Маркетингове діагностування господарської діяльності», дисципліни у площині 4P маркетингу та ін.

Відмічаємо поглиблене вивчення таких ОК – «Маркетингові дослідження», «Поведінка споживача». Сприяють досягненню високого рівня якості на цій ОП

комплекс курсових проєктів, ґрунтовна практична підготовка. Зокрема, доцільно виділити наявність навчальної практики з маркетингових досліджень. Це може, за голістичним підходом, відображати особливість освітньої програми. Рецензуючи ОП «Маркетинг», зауважимо, що простежується певна унікальність ОП, яка полягає у досягненні спеціального результату навчання: застосовувати маркетингові інструменти для узгодження економічних, екологічних, соціальних інтересів суб'єктів ринку в умовах досягнення цілей сталого розвитку.

Стрімке використання цифрових платформ маркетингової бізнес-взаємодії привертає увагу фахівців до застосування цифрових інструментів і процедур у ділових транзакціях. У цьому контексті, при проведенні рецензування ОПП «Маркетинг» освітнього рівня «Бакалавр» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 075 «Маркетинг» пропонуємо у практичній частині освітньої компоненти «Маркетингове ціноутворення» розширити тематику, пов'язану із вивченням позитивних кейсів адаптивного ціноутворення українських ритейлерів гаджетів і аксесуарів. При цьому доцільно висвітлювати функціонування платформи автономного ціноутворення Competera.

Теж доречно продовжувати пропонувати вибіркочу фахову ОК «Психологія PR і реклами», у змістовому просторі якої слід поглибити висвітлення психологічного змісту PR-методів і PR-технологій, технологій формування іміджу, зокрема RACE-модель.

Отже, проєкт освітньо-професійної програми «Маркетинг» першого рівня вищої освіти на здобуття освітнього ступеню «Бакалавр» 2022 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» 2022 року кафедри
маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська
політехніка»

В умовах стрімкого поширення високотехнологічних інформаційних технологій, цифровізації доцільно формувати належні конкурентні переваги фахівців з маркетингу у вітчизняних ЗВО. Якісна маркетингова підготовка фахівців має стратегічне значення, оскільки впливає на успішне позиціонування потоків товарів і послуг вітчизняних суб'єктів господарювання на ринках. Формування маркетингових компетенцій дозволяє розраховувати на вміння фахівців оцінювати кон'юнктурні засади функціонування технологічних ринків.

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.

Слід відмітити, що рецензована освітня програма спрямована на підготовку фахівців у сфері маркетингу, що володіють компетенціями, необхідними для провадження маркетингової діяльності, як форми бізнес-взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних, соціальних та екологічних інтересів. Значущим є те, що ця освітня програма спрямована на досягнення такого обов'язкового результату навчання, як: Застосовувати маркетингові інструменти для узгодження економічних, екологічних, соціальних інтересів суб'єктів ринку в умовах досягнення цілей сталого розвитку. Це відображає певну унікальність навчання й оволодіння знаннями і компетенціями за цією програмою.

Після проведення рецензування ОПП «Маркетинг» освітнього рівня «Бакалавр» галузі знань 07 Управління та адміністрування, спеціальності 075 «Маркетинг» нами запропоновано при викладанні дисципліни

«Маркетингові комунікації» посилити складові, що пов'язані із висвітленням просування концепції сталого розвитку в діяльності підприємств, а саме: використання маркетингових комунікацій в розрізі орієнтира на підвищення довіри споживачів через декларування цілей сталого розвитку. Доцільно більш широко розкрити визначення та характеристику маркетингових комунікацій, які виникають під впливом орієнтира на досягнення цілей сталого розвитку.

Підтримуємо пропонування вибіркової фахової дисципліни «Маркетингова логістика», до складу якої доцільно включити тематики, пов'язані із цифровим забезпеченням координування запасів, аналізом найкращих європейських практик в управлінні е-ланцюгами постачання, спрямованим на підвищення зацікавлення та компетентності українського бізнесу. Доцільно у подальшому запропонувати теж вибірково фахову дисципліну «HR-маркетинг», у якій слід відобразити формування та розвиток hard і soft skills персоналу, маркетингові дослідження на ринку праці, види і особливості посередницької діяльності на ринку праці та ін.

У цілому, ОПП «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» 2022 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
25.01.2022

РЕЦЕНЗІЯ

*на освітньо-професійну програму «Маркетинг» 2022 року набору
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
за кафедрою маркетингу
Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»*

Сьогодні актуальним є поширення найкращих європейських практик в маркетинговій аналітиці, спрямоване на підвищення зацікавлення та компетентності українського бізнесу, впровадження європейських стандартів маркетингу. ТОВ «Укр Експорт Сервіс» займається такими видами діяльності, як: діяльність інформаційних агентств, надання інших інформаційних послуг, консультування з питань комерційної діяльності й керування, дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки. Підприємство активно займається зовнішньо-економічною діяльністю, позиціонує свою товарно-сервісну пропозицію на ринках країн ЄС, США, Японії та інших країн. При цьому у такій діяльності підприємство активно застосовує концепцію експортного маркетингу.

Маючи практичний досвід та працюючи в різних сферах торгівлі, проводячи дослідження кон'юнктури ринків, виявлення громадських думок, ми можемо стверджувати, що якісна підготовка здобувачів вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» вимагає сучасного підходу до ведення підприємницької діяльності як на приватному, так і на державному рівнях.

Нами проведено експертизу освітньо-професійної програми підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» 2022 року набору. Взято участь в обговоренні проекту цієї освітньої програми на засіданні кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка». Слід відмітити, що за цільовою спрямованістю освітня програма спрямована на підготовку бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.

Значущим за цією освітньою програмою є формування у здобувачів вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок застосування аналітичного інструментарію маркетингу в умовах невизначеності бізнесу.

Освітня програма містить необхідні і сучасні для майбутнього бакалавра маркетингу дисципліни, такі як: Інформаційні технології в маркетингу, Етика маркетингу, Маркетингові дослідження, Маркетингове діагностування господарської діяльності, Маркетингові системи розподілу, Міжнародний маркетинг та ін. У певний спосіб забезпечує унікальність і особливості наявності спеціальних дисциплін за освітньою програмою: Екологічний маркетинг і Маркетинг сталого розвитку. Слушно заплановано практичне забезпечення на ОП. Доречними є низка курсових проектів, до кожного з яких наведено перелік

тем, що дозволяє урахувати індивідуальні особливості й галузеві переваги кожного здобувача.

Відмічу, що підготовка маркетологів в НТУ «Дніпровська політехніка» відбувається на високому рівні завдяки висококваліфікованому навчально-педагогічному персоналу, задіяному в навчальному процесі. Для здобувачів надаються широкі можливості вибору освітніх компонент, у такий спосіб створюючи належні умови для формування індивідуальної освітньої траєкторії та здобуття сукупності професійних і соціальних навичок, достатніх для фахової маркетингової аналітичної діяльності на загальнонаціональному та світовому рівні.

ТОВ «Укр Експорт Сервіс», на основі запитів на ринках товарів і послуг до фахівців у сфері маркетингу, вважає, що зміст і структура зазначеної освітньої програми в цілому відповідає вимогам з боку працевдавців. Бакалаври маркетингу, які закінчують навчання на цій освітній програмі, можуть відмінно орієнтуватися у маркетинговій комунікаційній, розподільчій діяльності: ціноутворенні і товарній політиці, проводити маркетингові дослідження, встановлювати особливості поведінки споживачів. Ці вміння і навички необхідні для побудови успішної кар'єри у сфері маркетингу.

Для ТОВ «Укр Експорт Сервіс» необхідно постійно удосконалювати цифрове комунікаційне забезпечення під час зовнішньоекономічної діяльності. Тому задля посилення інноваційних, цифрових складових компетентностей фахівців з маркетингу рекомендуємо у вибіркового курсі «Маркетингова логістика» більш широко розкрити функціонування цифрової системи SAP Enterprise Resource Planning (ERP) з урахуванням її цифрового модульного забезпечення, що, на наш погляд, сприятиме поліпшенню конкурентоспроможності цієї освітньо-професійної програми.

Отже, вважаємо, що проект освітньо-професійної програми підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти «Маркетинг» кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» у цілому відповідає вимогам ринків праці і запитам підприємств, що інтенсивно проводять маркетингову діяльність.

Рецензент:

директор товариства з обмеженою відповідальністю
«Укр Експорт Сервіс», керівник комітету сприяння експорту
Дніпропетровської торгово-промислової палати,
керівник комітету сприяння експорту
Дніпропетровської обласної державної адміністрації



І. Г. Снітківке

02.02.2022