

РЕЦЕНЗІЯ - ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня в УжНУ є актуальною та спрямованою на підготовку фахівців, здатних адаптувати стратегії до умов сучасного бізнесу. Програма вирізняється практико-орієнтованим підходом та збалансованою структурою, де обов'язкові компоненти (ОК3, ОК 4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9 та ОК10) формують необхідний професійний каркас, а передбачена практика (ОК12) забезпечує готовність магістрів до розв'язання реальних бізнес-кейсів. За підсумками навчання випускники набувають компетентностей для управління маркетинговими проектами, що робить програму рекомендованою до впровадження як таку, що відповідає сучасним вимогам ринку.

Освітньо-професійна програма побудована відповідно до вимог Стандарту вищої освіти та чинної нормативно-правової бази. Її мета, зміст та програмні результати навчання відповідають сучасним потребам бізнесу й орієнтовані на підготовку висококваліфікованих магістрів, здатних вирішувати складні професійні завдання у сфері маркетингової діяльності.

Освітні компоненти взаємопов'язані між собою, забезпечують поступове формування професійних компетентностей та досягнення визначених програмних результатів навчання. Рациональний розподіл кредитів ЕКТС між обов'язковими освітніми компонентами, дисциплінами вільного вибору, практичною підготовкою та атестацією створює необхідні умови для якісної професійної підготовки майбутніх маркетологів.

Як роботодавець можу зазначити, що під час добору персоналу все більшої ваги набувають не лише професійні знання кандидата, а й його здатність працювати в команді, аналізувати інформацію, приймати рішення в умовах невизначеності, використовувати сучасні цифрові сервіси, ефективно комунікувати з клієнтами та швидко адаптуватися до змін. Аналіз освітньої програми свідчить, що вона спрямована на розвиток саме таких компетентностей і забезпечує комплексну підготовку майбутніх маркетологів (СК4, СК5, СК7-СК9).

Визначені ОП програмні результати навчання забезпечують формування у випускників здатності застосовувати сучасні концепції та інструменти маркетингу (ПРН1, ПРН2), проводити маркетингові дослідження й обґрунтовувати управлінські рішення (ПРН3, ПРН10, ПРН11), здійснювати стратегічне управління маркетинговою діяльністю та реалізовувати маркетингові проекти (ПРН4, ПРН6, ПРН12, ПРН13), а також ефективно використовувати сучасні інформаційні технології й комунікації у професійній діяльності (ПРН5, ПРН8, ПРН15). Такий перелік результатів навчання повністю відповідає очікуванням сучасного бізнесу щодо професійної підготовки магістрів маркетингу та забезпечує їх готовність до роботи в динамічному конкурентному середовищі.

Важливою перевагою освітньої програми є її практична спрямованість. Проходження фахової практики та виконання кваліфікаційної роботи дає можливість здобувачам застосовувати набуті знання на практиці та визначає орієнтування у вирішенні реальних маркетингових завдань. А це формує професійний досвід та значно підвищує рівень їх готовності до роботи та скорочує період адаптації молодих фахівців на підприємстві.

У цілому освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти відповідає сучасним вимогам ринку праці, забезпечує підготовку конкурентоспроможних фахівців із сучасним рівнем професійних знань, практичних умінь та компетентностей і може бути рекомендована до подальшої реалізації в ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

Рецензент

Представник ТОВ «Золота гірка»



Опаленик М.М.