

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти бакалавр
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
спеціалізації «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Підготовка сучасних маркетологів потребує від закладів вищої освіти глибокого розуміння основних професійних навичок, компетентностей та конкурентних переваг, якими має володіти випускник спеціальності «Маркетинг».

Мета освітньо-професійної програми «Маркетинг» спрямована на підготовку фахівців з маркетингу із набуттям компетентностей, направлених на розвиток здатностей використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень; аналізувати та визначати особливості функціонування ринків; обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу; проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими тощо.

Досягнення поставленої мети на освітньо-професійній програмі здійснюється через забезпечення освітнього процесу інноваційними освітніми компонентами, які забезпечують досягнення необхідних програмних результатів навчання відповідно до вимог сучасного ринку праці.

Особливість підготовки молодших бакалаврів за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» полягає у формуванні вільної освітньої траєкторії та значної частини практичної підготовки, що дозволяє здобувачам вищої освіти сформувати набір фахових компетентностей для формування базових навичок для роботи за фахом та виконувати професійні види діяльності у галузях економіки, що здійснюють маркетингову діяльність.

д.е.н., професор
завідувач кафедри маркетингу
полтавського державного
аграрного університету



РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти бакалавр
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
спеціалізації «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Сучасні тенденції ринку потребують фахівців з маркетингу, які здатні до використання маркетингових інструментів на початкових рівнях ведення підприємницької діяльності; можуть аналізувати та визначати особливості функціонування ринків; обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу; проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими не зважаючи на рівень їх застосування у діяльності підприємств.

Одним із головних викликів сучасних підприємницьких структур у веденні маркетингової діяльності є нестача фахівців, здатних до розвитку та навчання саме в сфері маркетингу. Формування якісного кадрового складу підприємства починається під час навчання в університеті. Саме такі можливості отримують студенти під час здобуття маркетингової освіти у Полтавському університеті економіки і торгівлі через залучення практиків до підготовки фахівців.

Здобуття освіти на освітній програмі «Маркетинг» ВНЗУ «Полтавський університет економіки та торгівлі» задовольняє потреби ринку у маркетологах із високим рівнем відповідальності, базовим рівнем знань та здатністю до розвитку та навчання.

Виконавчий директор ТОВ



А.О. Костенко

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
першого рівня вищої освіти бакалавр
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
спеціалізації «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Сучасні підприємства потребують фахівців з маркетингу, які мають навички швидкої адаптації до змін у зовнішньому середовищі, розуміння основного маркетингового інструментарію, вміння застосовувати набуті знання на практиці, розуміння потреб клієнтів, аналіз та обробка маркетингової інформації, отриманої під час маркетингових досліджень, розуміння основних принципів організації та ведення маркетингової діяльності на підприємстві, комунікація та уміння налагоджувати партнерські зв'язки. Саме такі цінні для сучасного ринку праці компетентності отримують здобувачі вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» рівня бакалавр у Полтавському університеті економіки та торгівлі.

Досягнення мети освітньої програми, яка спрямована на підготовку фахівців з маркетингу із набуттям компетентностей, направлених на розвиток здатностей використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень; аналізувати та визначати особливості функціонування ринків; обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу; проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими здійснюється через взаємоузгоджену співпрацю із роботодавцями під час освітнього процесу у форматі залучення практиків до лекцій, тренінгів, семінарів та під час виробничих практик.

Директор ТОВ «Новекс Інвест»



В.Ю. Омеляненко