

РЕЦЕНЗІЯ

щодо змісту освітньо-професійної програми «Маркетинг» (галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг») підготовки магістрів на факультеті економіки і менеджменту Донбаської державної машинобудівної академії

Освітньо-професійна програма підготовки професіоналів з маркетингу, яку реалізує кафедра менеджменту ДДМА, є не просто актуальною, вона відповідає потребам підприємств та організацій, зокрема Донецького регіону, в контексті забезпечення інноваційного економічного розвитку на основі підвищення ефективності підприємницької діяльності в різних сферах та галузях національної економіки за рахунок удосконалення маркетинг-менеджменту. Ефективна реалізація функції маркетингу суб'єктами господарювання, спрямована на своєчасне та висококваліфіковане розв'язання стратегічних та поточних проблем управління маркетингом, є необхідним та дієвим чинником інтелектуалізації та професіоналізації бізнесу, зростання ринкової активності підприємств, їх ефективної адаптації до нових вимог та викликів сучасного етапу ринкових відносин.

Концептуальною основою освітньо-професійної програми «Маркетинг» є багатовекторний підхід до визначення змісту, напрямів та заходів сучасної маркетингової діяльності, що поєднує її інтелектуальні (професійні), підприємницькі, соціальні ознаки та чинники ефективності. На основі такого підходу підготовка професіоналів з маркетингу є комплексною, поєднує теоретичні, методичні та практичні аспекти професійної діяльності магістра з маркетингу та охоплює такі взаємопов'язані напрями, як:

1) професійна підготовка, спрямована на формування системних знань та практичних навичок з маркетингового управління, розробки та здійснення маркетингових проєктів, ефективного процесу різноманітних комунікацій – як зовнішніх, так і внутрішніх;

2) бізнес-підготовка, метою якої є оволодіння студентами знаннями з ефективного ведення бізнесу, маркетингу фірми, принципів менеджменту та маркетингу, зокрема у комерційній та некомерційній сферах;

3) сервісна підготовка як формування знань принципів та методів ефективної зовнішньофірмової взаємодії з ринковими контрагентами, забезпечення клієнтоорієнтованості маркетингової діяльності, високої якості реалізації маркетингових функцій, якнайкращого задоволення потреб суб'єктів господарювання у професійній допомозі маркетингологів;

4) формування у майбутніх професіоналів розуміння соціальної відповідальності бізнесу, важливості дотримання професійних, ділових та етичних норм.

Було б корисним включити до обов'язкової частини дисциплін ОПП «Маркетинг» питання щодо формування системи професійного розвитку маркетинголога. Ці питання мають, зокрема, охоплювати такі теми, як вибудовування ефективної особистих професійних стратегій, набуття унікальних навичок, налагодження взаємодії між різними групами

співробітників фірми, планування його ділової кар'єри тощо. Важливо також, щоб здобувач знав і розумів закономірності використання робочого часу, управління ним. Також до даної дисципліни, на наш погляд, можна додати тему, яка стосується організації праці маркетолога, або присвячену закономірностям використання робочого часу.

Нарешті, задля розвитку програми, посилення її теоретичної і практичної складових слід зміцнювати інтегрованість програми в національний освітній простір. Це досягається наданням здобувачам можливості обмінів і короткострокових візитів в інші університети за профілем спеціальності, запрошенням гостей лекторів, стимулюванням активної дослідницької роботи здобувачів.

Також доцільним є урізноманітнення форми практичної підготовки і стажування для здобувачів вищої освіти за програмою «Маркетинг». Зокрема, слід розглянути можливість відкриття на базі ДДМА бізнес-лабораторії, де б здобувачі могли приймати участь в розробці та реалізації маркетингових програм та проектів з представникам мікробізнесу. Слід розширювати коло партнерів, які готові надавати можливість проходження здобувачами стажування, включаючи до вже існуючого пулу представників специфічних видів бізнесу, великих підприємств тощо.

При викладанні окремих навчальних дисциплін слід приділити більше уваги проблемам лідерства та корпоративної соціальної відповідальності, що відповідає сучасним світовим трендам підготовки професіоналів і формування у них соціальних навичок. Варто також подумати над проведенням поза навчальним планом бізнес-тренінгів або започаткуванням сертифікатних освітніх програм за цією проблематикою. Тоді освітня програма буде ще більш цікавою для здобувачів та роботодавців. Причому варто самим регулярно проводити моніторинг національного і регіонального ринку праці маркетологів.

Зазначені зауваження не знижують цінність програми, у цілому ОПП «Маркетинг» з підготовки магістрів у галузі 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг» забезпечує комплексність підготовки професіоналів у сфері маркетингу маркетингу.



Летющев А. М.

*керівник управління
персоналом ПАТ "ЕМЕС"*

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму «Маркетинг» другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти реалізується кафедрою менеджменту Донбаської державної машинобудівної академії.

Означена програма являє собою систему підготовки фахівців з маркетингу, яка викладена у відповідних документах, розроблених та затверджених навчальним закладом з урахуванням вимог ринку праці та Національної рамки кваліфікації. Освітньо-професійна програма «Маркетинг» складена ґрунтовно, в ній відображено мету, надано логічну послідовність підготовки професіонала з маркетингу, представлені програмні результати навчання та компетентності, методи викладання та оцінювання знань студентів. Також зазначено перспективи працевлаштування або продовження навчання випускника даної освітньо-професійної програми.

Освітні компоненти освітньо-професійної програми «Маркетинг» корелюють з основними компетентностями та програмними результатами навчання та відображають актуальні маркетингові теми. Важливим аспектом формування програми є комплексний підхід до формування компетентностей професіоналів у галузі маркетингу. Він представлений рядом фахових дисциплін та тих дисциплін, які допоможуть розширити фахові компетентності.

В представлену до рецензування освітньо-професійну програму «Маркетинг» введено такі актуальні в наш час компоненти, як «Інформаційні системи і технології в маркетингу», «Психологія лідерства та професійної успішності». Також досить повно, на наш погляд, представлено і базові компоненти ОПП. Все це забезпечить формування системи теоретичних знань та практичних навичок використання аналітичного інструменту маркетингу для вирішення актуальних маркетингових завдань на різноманітних підприємствах.

Також актуалізує зазначену ОПП приділення уваги цифровим технологіям та їх застосуванню в організації маркетингової діяльності, оскільки, в умовах сьогодення, вирішення маркетингових задач практично неможливо без digital-складової. Найбільш креативні та ефективні проекти в

маркетингу так або інакше використовують цифрові технології, поєднуючи їх з класичними прийомами маркетингу.

У цілому освітньо-професійна програма «Маркетинг» може бути рекомендована для організації освітнього процесу та застосована для підготовки магістрів за спеціальністю 075 «Маркетинг» кафедрою менеджменту Донбаської державної машинобудівної академії.



*Петроцев А.М.
директор з управління
персоналом
ПАТ «ЕМСС»*