

ВІДГУК

на освітньо-професійну програму «Цифровий маркетинг»

першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

зі спеціальності D5 Маркетинг

галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

Київського національного університету технологій та дизайну

Розвиток цифрових технологій, глобалізація економічних процесів та трансформація моделей споживчої поведінки зумовлюють зростання потреби у фахівцях нового покоління, здатних здійснювати професійну маркетингову діяльність з урахуванням сучасних інформаційних підходів. У цьому контексті освітньо-професійна програма «Цифровий маркетинг» Київського національного університету технологій та дизайну є актуальною, збалансованою за змістом і такою, що відповідає сучасним вимогам бізнес-середовища.

Метою програми є підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу, які володіють цифровими інструментами та технологіями, вміють аналізувати поведінку споживачів у цифровому середовищі, розробляти та впроваджувати маркетингові стратегії, використовувати аналітичні методи для прийняття управлінських рішень, а також ефективно інтегруватися у бізнес-процеси через практико-орієнтовані формати навчання.

Особливістю освітньо-професійної програми є її орієнтація на інтеграцію теоретичних знань із практичними навичками. Значна частина дисциплін передбачає опрацювання кейсів, виконання проєктних завдань, участь у міжвузівських ініціативах, презентаціях, форумах і конференціях, що сприяє формуванню у здобувачів освіти критичного та аналітичного мислення, навичок адаптації до змін та професійної мобільності. Такий підхід відповідає реаліям ринку праці, де цінуються не лише академічні знання, а й

здатність до оперативного застосування отриманих знань у практичній площині.

У структурі освітньо-професійної програми передбачено 75% обов'язкових компонентів, з яких 13% складає практична підготовка. Це відповідає вимогам до освітньо-професійних програм, які мають на меті забезпечити високий рівень професійної підготовки здобувачів. Крім того, 25% дисциплін є вибірковими, що дозволяє студентам формувати власну освітню траєкторію та спеціалізуватися у відповідності до індивідуальних професійних інтересів.

Тематичний фокус освітньо-професійної програми охоплює всі ключові напрями сучасного цифрового маркетингу, зокрема: SEO, SMM, контент-маркетинг; управління маркетинговими проєктами; перформанс-маркетинг; автоматизацію маркетингових процесів; CRM-системи; UX/UI-дизайн у маркетингових кампаніях; аналіз даних та застосування методів data-driven marketing; використання елементів штучного інтелекту у маркетингових рішеннях.

Також освітньо-професійна програма приділяє увагу етичним аспектам цифрової взаємодії, що є важливим чинником відповідальної бізнес-поведінки.

Зважаючи на викладене, освітньо-професійна програма «Цифровий маркетинг» заслуговує позитивної оцінки з боку стейкхолдерів практичного сегменту та рекомендується до реалізації в освітньому процесі.

Рецензент:

директор комунального некомерційного підприємства
виконавчого органу Київської міської ради
(Київської міської державної адміністрації)
«Центр комунікації»



Наталія ПЕТРОВА