

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

Освітньо-професійна програма бакалаврського рівня «Цифровий маркетинг» Київського національного університету технологій та дизайну є сучасною, цілісною та методично обґрунтованою системою підготовки фахівців нового покоління, здатних працювати в умовах стрімкої цифровізації економіки та комунікаційного середовища. Аналіз структури програми, її логічної послідовності та змістового наповнення дає змогу зробити висновок про її відповідність актуальним викликам ринку праці, а також вимогам до професійної компетентності фахівців у галузі маркетингу.

Однією з ключових переваг освітньо-професійної програми є її інтеграційний характер, що полягає у гармонійному поєднанні фундаментальних, професійно-орієнтованих та прикладних освітніх компонент. З першого курсу студенти занурюються у фахову проблематику через курси «Вступ до фаху», «Інформаційні технології у маркетингу» та «Економікс». Це сприяє формуванню системного розуміння економічних процесів і закладає базу для подальшого вивчення цифрових маркетингових інструментів.

Значну увагу приділено формуванню аналітичного мислення та управлінських навичок, що реалізується через освітні компоненти «Теорія прийняття управлінських рішень», «Менеджмент», «Стратегічне управління», а також завдяки обов'язковій курсовій роботі з «Маркетингових досліджень». Це дозволяє студентам опановувати методологію прийняття обґрунтованих рішень у ситуаціях невизначеності - критично важливу компетентність у сучасному бізнес-середовищі.

Особливої уваги заслуговує модуль, присвячений цифровим технологіям у маркетингу, який включає такі освітні компоненти, як «Цифровий маркетинг», «Інструменти цифрового маркетингу», «Канали просування цифрового маркетингу», «Інформаційні технології створення цифрового контенту» та «Маркетинг ІТ-продуктів». Ці навчальні компоненти відповідають потребам цифрової трансформації бізнесу та дозволяють сформувати у студентів компетенції, необхідні для роботи в середовищі онлайн-продажів, соціальних медіа, SEO/SEM, програмного аналізу поведінки споживачів тощо.

Освітньо-професійна програма має чітко визначений прикладний вектор. Важливу роль у цьому відіграє система практичної підготовки, що включає навчальну, виробничу та переддипломну практики загальним обсягом 24 кредити. Такий підхід сприяє адаптації здобувачів до реального професійного середовища та дає можливість застосовувати набуті знання на

практиці, що суттєво підвищує рівень їхньої конкурентоспроможності на ринку праці.

Слід також відзначити логічну побудову програми за роками навчання. Вона забезпечує поступовий перехід від загальноосвітніх до спеціалізованих дисциплін. На четвертому курсі передбачено вивчення освітніх компонент Освітньо-професійна, які узагальнюють та поглиблюють знання студентів у сфері маркетингової політики, комунікацій, управління цифровими проєктами. Завершується підготовка кваліфікаційною роботою, яка передбачає вирішення складного спеціалізованого завдання з елементами дослідження, що свідчить про високий рівень вимог до професійної зрілості випускника.

Також варто звернути увагу на блок освітніх компонент вільного вибору здобувача, який становить 60 кредитів. Це свідчить про академічну гнучкість програми, надає студентам змогу індивідуалізувати траєкторію навчання, враховуючи власні інтереси та кар'єрні орієнтири.

У цілому, освітньо-професійна програма «Цифровий маркетинг» є інноваційно орієнтованою та добре структурованою. Вона забезпечує всебічну підготовку фахівця, здатного ефективно працювати в умовах цифрової трансформації економіки, здійснювати аналітичну, комунікаційну та стратегічну діяльність на високому професійному рівні. Врахування вимог ринку, акцент на цифрових технологіях та практичній підготовці, а також системний підхід до формування професійних компетентностей дозволяють рекомендувати цю програму до реалізації у освітньому процесі як зразок сучасної підготовки бакалаврів у галузі маркетингу.

Д.е.н., професор, професор
кафедри промислового
маркетингу Національного
технічного університету України
«Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського»

Жанна ЖИГАЛКЕВИЧ

Підпис Жанны Жигалкевич засвідчує.

Членський секретар

КПІ ім. Ігоря Сікорського



Валерій Холівко.

Холівко