

Рецензія

на освітньо-наукову програму «Маркетинг» підготовки здобувачів вищої освіти на третьому освітньо-науковому рівні за спеціальністю D5 «Маркетинг», галузі знань D «Управління, адміністрування та право», кваліфікації «доктор філософії з маркетингу» Київського національного університету технологій та дизайну

На сучасному етапі розвитку України зростає значення маркетингової освіти, яка стає не лише умовою підвищення професійного та наукового рівня фахівців, а й важливим ресурсом, що істотно впливає на конкурентоспроможність національної економіки, ефективність бізнесу та соціально-економічний розвиток держави. Зміни, що відбуваються нині в системі маркетингової освіти, детермінують оновлення її методологічної бази та характеризуються впровадженням інноваційних підходів до підготовки висококваліфікованих маркетингологів та науково-педагогічних кадрів у цій сфері. Усе це засвідчує актуальність наданої на рецензування освітньо-наукової програми.

У межах програми ґрунтовно викладено програмні результати навчання, окреслено необхідні компетентності, а також визначено ефективні підходи до організації викладання, навчального процесу та оцінювання результатів. Зміст програми зорієнтований на формування та розвиток професійних компетентностей у сфері маркетингової та науково-педагогічної діяльності; вивчення теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів за рахунок поглиблених проблемно-орієнтованих лекційних курсів, практичних занять та самостійної науково-дослідної роботи.

У результаті аналізу освітньо-наукової програми «Маркетинг» встановлено, що значну увагу зосереджено на формуванні та розвитку професійних компетентностей у сфері маркетингової та науково-педагогічної діяльності; вивченні теоретичних та методичних положень, організаційних та практичних інструментів за рахунок поглиблених проблемно-орієнтованих лекційних курсів, практичних занять та самостійної науково-дослідної роботи.

В освітньо-науковій програмі послідовно і чітко подано: загальну інформацію щодо ОНП, мету ОНП, характеристику ОНП, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, програмні компетентності (інтегральна, загальні, спеціальні) та програмні результати навчання, ресурсне забезпечення реалізації освітньо-наукової програми тощо.

Перелік освітніх компонентів, закладених в ОНП, забезпечує набуття здобувачами необхідних компетентностей, необхідних для працевлаштування на посадах наукових і науково-педагогічних працівників у наукових установах і закладах вищої освіти, посадах експертів, консультантів та аналітиків в установах та організаціях.

Аналіз структурно-логічної схеми підготовки докторів філософії за освітньо-науковою програмою «Маркетинг» засвідчує, що вона розроблена з урахуванням чинних нормативно-правових вимог Міністерства освіти і науки

України. Програма вирізняється чіткою логікою побудови, забезпечуючи послідовне й системне викладання освітніх компонентів, що сприяє формуванню цілісної наукової та професійної компетентності фахівців.

Кадрове, матеріально-технічне, інформаційне та навчально-методичне забезпечення реалізації програми відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту» та забезпечує належні умови для ефективного освітнього процесу. Наявність висококваліфікованих науково-педагогічних працівників, сучасного обладнання, доступу до наукових баз даних, а також актуальних навчально-методичних матеріалів створює сприятливе середовище для формування дослідницьких навичок, розвитку критичного мислення та здійснення самостійної наукової діяльності.

Процес навчання проводиться в активному науковому та дослідницькому середовищі, що передбачає використання прогресивних форм викладання та оволодіння професійними методиками на основі різноманітних інтерактивних тренінгів від маркетингологів-практиків.

Суттєвою перевагою наданої на рецензування ОНП є можливість здійснювати міжнародну академічну мобільність, що розвиває перспективи участі у міжнародних проектах учасників освітнього процесу на підставі укладених договорів з європейськими університетами-партнерами.

З врахуванням вищезазначеного, можемо стверджувати, що надана для рецензування освітньо-наукова програма «Маркетинг» за спеціальністю D5 «Маркетинг» галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, що розроблена у Київському національному університеті технологій та дизайну, всебічно сприяє підготовці висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівців ступеня доктора філософії, які здатні продукувати нові ідеї та розв'язувати комплексні проблеми у професійній та дослідно-інноваційній діяльності у сфері маркетингу.

В.о. директора КП КМР
«Телекомпанія «Київ»



Наталія ЛЯЩЕНКО