

РЕЦЕНЗИЯ

на освітньо-наукову програму «МАРКЕТИНГ»
третього рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»
Київського національного університету технологій та дизайну

Освітньо-наукова програма є логічно структурованою, освітні компоненти циклів загальної та професійної підготовки повністю відповідають її фокусу, орієнтації та предметній області, що забезпечує здобуття загальних і фахових компетентностей щодо реалізації інтегративної компетентності, яка полягає в здатності розв'язувати комплексні проблеми в галузі професійної, та/або дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових пілієтих знань та/або професійної практики, що в сукупності дозволяє досягти визначені програмні результати навчання.

Слід відзначити, що програма реалізується необхідними науковими групами, передбачає застосування широкого кола загальнонаукових і спеціальних аналітичних методів, принципів і прийомів наукових досліджень з урахуванням сучасного світового досвіду в сфері маркетингу, а також сучасних універсальних та спеціалізованих інформаційних систем і програмних продуктів, необхідних для наукових досліджень, прийняття та імплементції маркетингових управлінських рішень, проведення оригінальних наукових досліджень у сфері маркетингу.

Використовується студентоцентрований і проблемно-орієнтований підходи, самонавчання, консультування фахівців у галузі науки та практики. Система методів навчання базується на принципах цілеспрямованості та бінарності - активної безпосередньої участі науково-педагогічного працівника і здобувача вищої освіти, опрацювання літератури в наукометричних базах Scopus, Web of Science, а також інших сучасних фахових наукових публікацій.

Обов'язковою освітньою компонентою програми є вивчення технологій моделювання бізнес-рішень у маркетингу, що дозволяє сформувати у здобувачів навички формулювання і перевірки гіпотез, використовувати для обґрунтування висновків належні докази, зокрема, результати теоретичного аналізу, експериментальних досліджень і математичного та/або комп'ютерного моделювання, а також застосовувати сучасні інструменти і технології пошуку, оброблення та аналізу інформації, включаючи методи аналізу даних великого обсягу та/або складної структури, спеціалізовані бази даних та інформаційні системи.

Також особливе місце відводиться вивченню педагогічної майстерності у вищій школі та педагогічній практиці загальним обсягом 8 кредитів ЕКТС, що формує у здобувачів здатність здійснювати науково-педагогічну діяльність у сфері вищої освіти і дозволяє в майбутньому використовувати сучасні психолого-педагогічні технології, методи та засоби навчання, виховання та розвитку особистості, вирішувати проблеми визначення та шляхи задоволення потреб особистого саморозвитку як педагога-майстра вищої школи; демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності в процесах проведення самостійних наукових досліджень, оприлюднення та впровадження наукових результатів; застосовувати науково-педагогічні технології, формулювати зміст та цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу та ін.

Завідувач кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана,
голова підкомісії зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Науково-методичної комісії № 5 з бізнесу,
управління та права сектору вищої освіти
Науково-методичної ради Міністерства освіти
і науки України,
доктор економічних наук, професор

