

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «Маркетинг»  
для третього рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузь знань 07 Управління та адміністрування  
кваліфікація доктор філософії з маркетингу

Сьогодні жодне підприємство, плануючи свою діяльність на довготривалу перспективу, не може розраховувати на стабільність ринкової ситуації, тому змушене адаптуватися до постійних змін зовнішнього середовища, пристосовувати внутрішні можливості до зовнішніх умов. Підприємець, як організатор виробничого процесу, повинен не лише глибоко розуміти інтереси споживача, а й вміти передбачати, як реалізація нових ідей у виробництві буде сприйнята ринком.

Сьогодні маркетинг необхідно розглядати, як теорію і практику управління виробництвом та збутом товарів, послуг, яке орієнтовано на потреби та попит споживачів, найбільш повне їх задоволення, та забезпечення прибуткової діяльності підприємства. Управління підприємством повинно базуватися на системному, ситуаційному, програмно-цільовому підходах, які забезпечує маркетинг.

Саме тому підготовка докторів філософії з маркетингу є нагальною потребою в сучасній ринковій ситуації.

Освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти, що реалізується в Київському університеті технологій та дизайну за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування являє собою систему документів, розроблену і затверджену закладом вищої освіти з урахуванням діючого стандарту та вимог ринку праці.

ОНП розроблена науково-педагогічними працівниками кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну й спрямована на надання здобувачам кваліфікації доктор філософії з маркетингу.

Метою освітньо-професійної програми є підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівців ступеня доктора філософії, які володіють глибокими знаннями, сучасним економічним мисленням та відповідними компетенціями в сфері маркетингу.

Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.

Освітньо-наукова програма має чіткі цілі навчання, а саме набуття здатності розв'язувати комплексні проблеми професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності у сфері сучасного маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики; здійснення науково-педагогічної діяльності.

Освітньо-наукова програма базується на таких сучасних методах, методиках та технологіях, як: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики і технології забезпечення ефективної інноваційної маркетингової та провадження науково-дослідної і педагогічної діяльності; методи аналізу даних із використанням сучасних цифрових технологій.

Розробники програми є штатними співробітниками Київського національного університету технологій та дизайну, гарант освітньо-наукової програми - доктор економічних наук, професор. До реалізації програми залучались науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також здобувачі та стейкхолдери.

Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає діючим вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях.

Загалом є підстави вважати, що освітньо-наукова програма «Маркетинг» третього рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування у Київському національному університеті технологій та дизайну є актуальною, відповідає вимогам стандарту вищої освіти, затвердженого МОН України за спеціальністю 075 Маркетинг та забезпечує якісну підготовку майбутніх докторів філософії з маркетингу.

Співзасновник ТОВ «МЕДІА ХАБ»



Роман ПЕРЕСУНЬКО