

РЕЦЕНЗІЯ

**на освітньо-професійну програму «Маркетинг»
спеціальності D5 Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти
(заочна форма навчання)
у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка**

В умовах динамічних трансформацій споживчого середовища, зростаючої конкуренції та швидкої цифровізації актуальність якісної підготовки фахівців з маркетингу набуває стратегічного значення. Сучасний маркетолог повинен мати не лише ґрунтовну академічну базу, але й комплекс міждисциплінарних компетентностей, серед яких ключовими є вміння працювати з даними, формувати комунікаційні стратегії, здійснювати ефективне планування в умовах невизначеності, а також реалізовувати креативні та соціально значущі маркетингові проєкти.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» Київського національного університету імені Тараса Шевченка (заочна форма навчання) демонструє системний підхід до формування у здобувачів професійних та загальних компетентностей, що відповідають сучасним вимогам ринку. Програма поєднує класичну підготовку з маркетингової теорії з інструментальною спрямованістю, забезпечуючи розвиток таких навичок, як стратегічне мислення, управління маркетинговою діяльністю підприємства, адаптація до ринкових змін, аналітична обробка інформації, здатність до самостійного планування та реалізації маркетингових досліджень, креативність у розробленні продуктів і комунікаційних стратегій, вміння працювати в міждисциплінарних командах, вести переговори, приймати обґрунтовані управлінські рішення, а також дотримуватись етичних та соціально відповідальних підходів у маркетинговій практиці.

Зміст програми включає дисципліни, що охоплюють як традиційні напрями маркетингу, так і сучасні тенденції — «Бренд-менеджмент», «Маркетингове консультування», «Стратегічне управління», «Штучний інтелект у маркетинговій діяльності», «Маркетинг інновацій», «Соціальна відповідальність бізнесу», «Електронна комерція», «Внутрішній маркетинг» та «Бізнес-комунікації».

Включення цих дисциплін забезпечує комплексне охоплення функціональних аспектів маркетингу, дозволяє сформувати навички стратегічного планування, управління внутрішніми та зовнішніми комунікаціями, а також реалізації сталих ініціатив. Така структура сприяє розвитку здатності майбутніх фахівців до створення цінності для споживача, ведення етичної комунікації, впровадження технологічних інновацій і соціально орієнтованих рішень. Важливо, що програма передбачає викладання англійських курсів, використання інтерактивних форм навчання, виробничу (переддипломну) практику, що дозволяє здобувачам набувати досвіду застосування знань у реальних бізнес-ситуаціях.

Програма повністю відповідає вимогам Закону України «Про вищу освіту», Стандарту вищої освіти за спеціальністю «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, та орієнтована на забезпечення якісної професійної підготовки фахівців, здатних до самостійного ухвалення управлінських рішень, стратегічного планування, аналітичного мислення та інноваційного розвитку бізнесу.

Загалом, освітньо-професійна програма «Маркетинг» у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти є академічно виваженою, сучасною та відповідає очікуванням професійного середовища. Її реалізація створює умови для підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних впливати на розвиток економіки.

Доктор економічних наук, професор,
декан факультету
Економіко-гуманітарних наук та права,
Українського державного університету
науки і технологій ННІ УДХТУ,
виконавчий директор Громадської організації
«Об'єднання маркетологів України»
04.04.2025 р.

Н. Чуприна
Наталія ЧУПРИНА
Лідия
проф. Чуприна
ва е.ч.
