

Рецензія

на освітньо-професійну програму підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 – Управління та адміністрування, розроблену кафедрою маркетингу та міжнародної торгівлі Національного університету біоресурсів і природокористування України

Останнім часом все більше агропромислових підприємств України розглядає маркетингову діяльність як головний інструмент, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності. Проте теоретичні засади маркетингового управління господарською діяльністю, які застосовують різні агропромислові підприємства, дещо відрізняються. Тому керівництву підприємства потрібно знати, які інструменти маркетингового менеджменту здатні забезпечити його ефективну діяльність на ринку в умовах посилення конкуренції. Саме тому, підготовка висококваліфікованих магістрів маркетингу є одним з ключових завдань сталого розвитку вітчизняної економіки.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти, яку розробили провідні вчені і студенти Національного університету біоресурсів і природокористування України, спрямована на формування загальних та спеціальних (фахових) компетенцій здобувачів освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр маркетингу» і передбачає такі важливі для сьогодення фахові компетенції, як:

здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу;

здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування;

здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу;

здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом;

здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування;

здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі;

здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків;

здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування;

здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу;

здатність щодо дослідження конкуренто-спроможності продукції та підприємства в цілому та розробки заходів з її підвищення.;

здатність щодо використання новітніх цифрових технологій в маркетинговій діяльності підприємств, тощо.

Матеріально-технічна база університету складається з 17 навчальних корпусів, 14 гуртожитків, спортивного комплексу (спортивних залів, стадіону, кортів). Наукова бібліотека має 5 філіалів, 2 читальні зали з фондом понад 1 млн. од., у т.ч. 300 тис. підручників і навчальних посібників, 604 тис. од. наукової літератури. (<https://nubip.edu.ua/structure/library>). Функціонують оздоровчий центр (<https://nubip.edu.ua/node/56101>), Спортивно-оздоровчий табір «Академічний» (<https://nubip.edu.ua/node/92408>), відділ соціальної роботи (<https://nubip.edu.ua/node/12433>), їдальні, кінно-спортивний комплекс, інформаційний центр. Заняття проводяться у аудиторіях з мультимедійним обладнанням, комп'ютерних класах і навчально-наукових лабораторіях. Кафедри забезпечені стаціонарною комп'ютерною технікою, необхідними засобами для проведення занять у дистанційній формі. Основним видом навчально-методичного забезпечення є ЕНК (<https://elearn.nubip.edu.ua/>), додаткові ресурси – відкриті онлайн курси, які враховуються як неформальна освіта.

На кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі створений позитивний психологічний клімат для розвитку професорсько-викладацького персоналу,

який сприяє залученню молодих дослідників до розробки інноваційних проектів, наукових досліджень в сфері аграрного маркетингу.

Наведені вище аргументи в повній мірі дозволяють досягти програмних результатів навчання здобувачів відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня.

Висновок

Таким чином, освітньо-професійна програма «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 – Маркетинг, галузі знань 07 – Управління та адміністрування (кваліфікація: магістр маркетингу) повністю відповідає вимогам державних органів управління та підприємств-роботодавців, є актуальною, структурно виваженою і логічною, та дає можливість підготувати висококваліфікованих фахівців в галузі маркетингу, які сприятимуть розвитку економіки і підприємництва в Україні.

**Начальник відділу
методології ціноутворення та
аналізу цінової ситуації
управління цінової політики
департаменту розвитку
реального сектору економіки
Міністерства економіки України**



Роман ПРОКОПЕНКО