

Рецензія

на освітньо-наукову програму "Маркетинг" третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 – Маркетинг галузі знань 07 – Управління та адміністрування (кваліфікація: доктор філософії з маркетингу)

Соціально-економічні зміни здійснені в процесі реформування аграрного сектора економіки України виявилися складними та надмірно тривалими. Значна частина підприємств і населення опинилися у важкому економічному становищі, що пов'язано, насамперед, із складністю забезпечення продовольчими ресурсами. Вирішення цієї проблеми на маркетингових засадах має виключне значення для розвитку багатьох сфер економіки: аграрної, переробних галузей, розвитку інфраструктури, сільських територій та ін., що обумовлює актуальність підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу та практичну значимість цієї освітньо-наукової програми.

Саме тому освітньо-наукова програма "Маркетинг" третього рівня вищої освіти, яку розроблено проектною групою провідних науковців Національного університету біоресурсів і природокористування України, спрямована на формування загальних та спеціальних (фахових) компетенцій здобувачів наукового ступеня доктора філософії і передбачає такі важливі для сьогодення освітні компоненти, як:

- здобуття глибинних знань із спеціальності, які забезпечується дисциплінами: «Інноваційний маркетинг»; вибірковими дисциплінами: «Сучасні методи маркетингових досліджень», «Маркетингові стратегії в агробізнесі», «Інфраструктура світового ринку продовольства», «Інформаційні технології в маркетингу», «Маркетингове забезпечення ділової досконалості», «Розвиток агропродовольчих ринків в умовах євроінтеграції»;
- оволодіння загальнонауковими компетентностями - «Методика дослідження та організація підготовки дисертаційної роботи», «Філософія»;
- набуття універсальних навичок дослідника - «Методика дослідження та

організація підготовки дисертаційної роботи», «Комп'ютерна обробка інформації», «Математичне моделювання та планування експерименту», «Педагогіка вищої школи»;

- здобуття мовних компетентностей - «Іноземна мова за професійним спрямуванням», 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 наукового ступеня.

Окрім зазначених нами переваг цієї програми слід виділити і певні зауваження. Так, було б доречним, дещо посилити практичну складову освітньо-наукової програми за рахунок широкого залучення до проведення

практичних занять провідних маркетологів міжнародних і транснаціональних компаній, впровадження професійних інформаційних систем та технологій.

Висновок

Таким чином, освітньо-наукова програма "Маркетинг" третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 – Маркетинг, галузі знань 07 – Управління та адміністрування (кваліфікація: доктор філософії з маркетингу) повністю відповідає вимогам підприємств-роботодавців, є актуальною, структурно виваженою і логічною, та дає можливість підготувати висококваліфікованих дослідників в галузі маркетингу, які сприятимуть розвитку економіки і підприємництва в Україні.

Рецензент:
провідний менеджер з
розвитку бренду
ТОВ «Баядера логістик»



І.О.Луцій