

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо – професійну програму «Маркетинг» другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг», галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,

економічного факультету,

ДВНЗ «Прикарпатський університет імені Василя Стефаника»

Україна останні десятиліття йде шляхом значних трансформацій у політичній, економічній і соціальній сферах. Ринкові умови функціонування економіки вимагають перегляду наявних методів та інструментів управління, а також застосування інноваційних підходів до маркетингової діяльності на підприємствах. Особлива увага в таких умовах має бути зосереджена на питаннях задоволення потреб споживачів, завоювання і зміцнення конкурентних позицій, через інновації, високу продуктивність, професіоналізм персоналу та належну якість товару.

Приватне підприємство «Колегія» провадить діяльність у сфері будівництва. На сьогодні будівельна галузь знаходиться в точці, що характеризує стан ринкової невизначеності, яка вимагає від підприємства чіткого розуміння щодо забезпечення рівня конкурентоспроможності, формування стратегії і тактики маркетингової діяльності. Ці виклики актуалізуються посиленням конкурентної боротьби на даних ринках (особливо в Івано-Франківську), а також зміною державної політики, спрямованої на підвищення доступності житла для багатьох громадян, зростанням запитів та їх диференціації у потенційних покупців нерухомості, які все більшою мірою не сприймають колишній рівень її якості.

Сучасна підготовка майбутніх висококваліфікованих кадрів у сфері маркетингу обумовлює взаємозумовленість теоретичної і практичної складової, яка є основою освітньо – професійної програми підготовки «Маркетинг», другого вищого рівня освіти. Послідовність вивчення дисциплін, перелік та обсяг нормативних та вибіркового дисциплін

відповідають структурно – логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти із даної спеціальності та покликані забезпечити відповідність програмних результатів навчання із запитами потенційних роботодавців.

Від компетенцій маркетолога залежить, наскільки прибутковим буде підприємство на ринку. Освітньо – професійна програма 075 «Маркетинг» враховує вимоги ринку праці, сучасні освітні програми, що органічно поєднують теоретичні знання та практичні навички шляхом формування як загальних компетенцій, так і фахових. Привертає увагу наповнення програми сучасними і прикладними дисциплінами, та їх кадрове забезпечення. Слід зазначити, що для забезпечення високого рівня викладання дисциплін та його змістового контенту, слід залучати на постійній основі до освітнього процесу фахівців, практиків у визначених сферах та систематично відображати це серед кола зацікавлених осіб.

З урахуванням вищезазначеного робимо висновок, що освітньо – професійна програма 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» економічного факультету ДВНЗ «Прикарпатський університет імені Василя Стефаника» містить передумови, що забезпечують ефективне ведення навчального процесу та відповідають українським вимогам, світовим тенденціям щодо підготовки фахівців із даної спеціальності.

Директор ІІІ «Колегія»



Срібняк Тетяна