

Громадська організація
«АСОЦІАЦІЯ ОДЕСЬКИХ БУДІВЕЛЬНИКІВ»

65029, Україна, м. Одеса, вул. Дідріхсона, 4, корпус 2, офіс 108, тел. (048) 729-85-65

29.03.2024 № 9

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму підготовки фахівців освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» Одеської державної академії будівництва та архітектури

Необхідність розробки освітньо-професійної програми підготовки фахівців освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» ґрунтується на тому, що має за мету сформувати у фахівців спеціальні компетенції зі здатності розв'язувати складні спеціалізовані проблеми з маркетингу, передбачає застосування відповідних теорій та методів маркетингової науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. В умовах посилення нестабільності зовнішніх умов діяльності підприємств суттєво зростає потреба у підготовці фахівців, які можуть застосовувати антикризові, інноваційні підходи та методи управління бізнесом для вирішення складних завдань діяльності та розвитку підприємств різних організаційно-правових форм та сфер діяльності, підвищення продуктивності праці та ефективного управління бізнес-процесами на засадах маркетингу.

Ознайомлення зі змістом представленої освітньо-професійної програми «Маркетинг» показує, що вона в повній мірі відповідає положенням Закону України «Про вищу освіту». Її архітектоніка побудована в логічній послідовності щодо освоєння дисциплін і забезпечує формування необхідних практичних навичок для роботи в сучасних підприємствах як будівельної, так і інших видів економічної діяльності. Слід позитивно оцінити те, що ця програма розроблена з урахуванням сучасних досягнень розвитку теорії і практики маркетингу, спрямована на всебічну і ґрунтовну підготовку фахівців маркетологів та відповідає вимогам і потребам будівельних підприємств як майбутніх роботодавців.

Виграшним постає знання майбутніми фахівцями з маркетингу компетенцій, що стосується теоретичних основ та складових маркетингового комплексу; проведення маркетингових досліджень; вихідних положень маркетингової товарної політики та розробки нових товарів; алгоритму вибору каналів розподілу продукції підприємства; методики ціноутворення; процесів формування попиту та стимулювання збуту; сучасної концепції маркетингової діяльності на засадах формування соціально відповідального

маркетингу. В силу форсування Україною інтеграції в світовий економічний простір доцільними постають передбачені освітньо-професійною програмою вміння маркетологів розробляти програму маркетингу залежно від цілей діяльності; формувати на підприємстві систему маркетингової інформації для збору, систематизації та аналізу первинної та вторинної інформації - бази для прийняв обґрунтованих маркетингових рішень; аналізувати фактори внутрішнього та зовнішнього середовища; розробляти маркетингові заходи з урахуванням взаємозв'язку між елементами комплексу маркетингу. Для будівельної галузі це особливо важливо в зв'язку з проникненням на внутрішній ринок країни будівничих фірм, що мають потужні маркетингові програми і структурні маркетингові підрозділи.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» з підготовки фахівців освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 075 «Маркетинг», що підготовлена викладачами кафедри менеджменту і маркетингу, має необхідні структурні та змістовні складові, здатна забезпечити відповідний рівень теоретичної і практичної підготовки і може бути рекомендована для використання в навчальному процесі Одеської державної академії будівництва та архітектури.



Рецензент,
Голова правління
Асоціації одеських будівельників

Петро ЧАБАНЕНКО