

Рецензія на
освітньо-професійну програму Державного торговельно-економічного
університету «Міжнародний маркетинг»
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини»

Вітчизняна економіка наразі стоїть перед низкою викликів, зумовлених діями чинників як екзогенного, так і ендогенного походження. Зокрема, мова йде про посилення ролі експансії вітчизняного бізнесу на зовнішні ринки як вагомого джерела надходження вкрай необхідних в нинішніх умовах валютних надходжень в національну економіку, фактору збереження робочих місць та економічної діяльності в країні. Саме зовнішній сектор в новітніх умовах варто розглядати як передумову суспільного відтворення економіки України з огляду на військову агресію з боку РФ та значне згортання потенціалу внутрішнього ринку для збереження та розвитку видів економічної діяльності, які відповідають запитам неоіндустріального розвитку та глобальним викликам.

Вихід вітчизняних компаній на міжнародні ринку потребує використання успішних управлінських технологій та підходів, і у першу чергу, у сфері міжнародного маркетингу. Адже в умовах наджорсткої конкуренції в глобальному економічному середовищі XXI століття здатні досягати комерційного успіху лише ті компанії, які активно використовують не тільки свій виробничо-ресурсний та технологічний потенціал, але й такі нематеріальні активи як споживчий капітал, активний менеджмент стосунків з різними стейкхолдерами; ефективну брендингову політику тощо. Все це вказує на високий ступінь затребуваності належного кадрового забезпечення, яке чітко відповідає запитам та викликам нових геоекономічних та геополітичних реалій. В цьому сенсі, на наше переконання, саме ці пріоритети щодо підготовки фахівців XXI століття, закладено в ОПП «Міжнародний маркетинг».

Представлена освітньо-професійна програма «Міжнародний маркетинг», розроблена з урахуванням Стандарту вищої освіти України та рекомендацій щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти. В програмі чітко виписані компетентності та розкрито в повному обсязі зміст та

результати, які отримує здобувач вищої освіти протягом навчального процесу, а також визначено перелік вимог до фахівця зазначеного рівня.

Ознайомлення із ОПП «Міжнародний маркетинг» дозволяє стверджувати, що освітня програма має логічно вибудовану структуру, за наповненістю дисциплін збалансовано поєднує теоретичну та прикладну складову у підготовці кваліфікованих спеціалістів у галузі міжнародного маркетингу. Переконані, що обраний перелік навчальних предметів дозволить сформувати ті спеціальні (фахові, предметні) компетентності, що є важливими для успішної професійної діяльності за обраною здобувачами програмою і які відповідають викликам та запитам сучасного ринку праці.

Загалом є всі підстави вважати, що освітньо-професійна програма «Міжнародний маркетинг» ОС «бакалавр» Державного торговельно-економічного університету є актуальною, відповідає освітньо-кваліфікаційній характеристиці та може бути представлена для затвердження.

Начальник відділу
по роботі з громадськістю ТОВ «ІТ-Інтегратор»,
Голова комітету освіти Асоціації Digital Ukraine



К. Захарченко