

## РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-наукову програму «МАРКЕТИНГ»  
третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії)  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,  
спеціальності 075 «Маркетинг», кафедри маркетингу  
Державного університету телекомунікацій

Сьогодні успіху досягають лише ті підприємства, які оволоділи мистецтвом використання існуючих ринкових можливостей та протидії ринковим загрозам. Потужним інструментарієм покращення діяльності підприємства можуть стати рекомендації щодо використання результатів кваліфіковано проведених наукових досліджень, що дозволить оперативно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, вчасно виявляти нові, “запропоновані” ринком потенційні можливості розвитку та досягати конкурентних переваг на основі обрання найбільш оптимальних варіантів розвитку подій.

Наша компанія багато років працює з кафедрою маркетингу Державного університету телекомунікацій, в т.ч. у науковій сфері: протягом 3х років на наше замовлення кафедрою виконувалися госпдоговірні роботи, нас запрошували на конференції, зустрічі зі студентами та викладачами, на засідання кафедри для обговорення компетенцій майбутніх бакалаврів, магістрів, які ми, як потенційні роботодавці вважаємо як найбільш доцільні. Тому ми не могли пройти осторонь такої важливої події, як формування підґрунтя майбутньої підготовки докторів філософії галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

На нашу думку, розроблена кафедрою маркетингу Державного університету телекомунікацій освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» є актуальною та інноваційною. До інноваційності освітньо-наукової програми слід віднести передбачення результатів навчання, пов'язаних із застосуванням технологій штучного інтелекту у маркетингу - це є вкрай важливо в умовах цифрової трансформації та інтеграції з Європейською спільнотою. У той же час, ми пропонуємо більш глибоко прописати результати навчання щодо вмінь використання штучного інтелекту, великих даних, машинного навчання.

Загалом, ця освітньо-наукова програма «Маркетинг» з підготовки доктора філософії, яку розроблено на кафедрі маркетингу в Державному університеті телекомунікацій, є чітко викладеною, з обґрунтованим складом дисциплін та логічним їхнім взаємозв'язком.

Директор  
ТОВ «ПартнерЕД»



О.О. Слободенюк