

**РЕЦЕНЗІЯ**  
*на освітньо-наукову програму «Маркетинг»  
третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (доктор філософії)  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»,  
спеціальність 075 «Маркетинг»,  
Державного університету телекомуникацій*

Основою сучасної маркетинговоорієнтованої філософії діяльності підприємства є комплексне дослідження ринку та потреб споживачів і, як наслідок, організація виробничої діяльності відповідно до науково обґрунтованих результатів маркетингових досліджень. Саме тому є висока потреба у висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівцях у сфері маркетингу, які мають системний науковий світогляд, універсальні навички дослідника, глибинні знань із спеціальності, здатні врахувати високу імовірність виникнення ризиків, які неминуче супроводжують інноваційні процеси у виробничій сфері, особливо у воєнний та післявоєнний період відновлення економіки нашої держави.

Між кафедрою маркетингу та логістики Сумського національного аграрного університету та кафедрою маркетингу Державного університету телекомуникацій вже багато років існує творча науково-педагогічна взаємодія. Взаємний обмін науково-методичним досвідом, рецензування посібників, підручників, статей, освітніх програм тощо збагачує академічний досвід, сприяє покращенню рівня освітнього процесу. Вивчення представленої кафедрою маркетингу Державного університету телекомуникацій освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» показало ґрунтовний підхід групи розробників до побудови структурно-логічної схеми, змістового наповнення освітніми компонентами відповідно до запланованих результатів навчання. Слід відмітити вдале сполучення класичних дисциплін «Філософія науки», «Методологія наукових досліджень», «Сучасні освітні технології у вищій школі» і новаторських освітніх компонентів, - «Студії з маркетингу», «Штучний інтелект у маркетингу», «Економетричне моделювання бізнес процесів». Це дає підстави стверджувати, що дана освітньо-наукова програма є сучасною, інноваційною, відповідає питанням сьогодення та потребам ринку праці.

Вважаємо, що освітня компонента «Економетричне моделювання бізнес процесів» у залежності від змістового наповнення, може відноситися до циклу дисциплін для здобуття глибинних знань із спеціальності або до циклу набуття універсальних навичок дослідника. Тому рекомендуємо, у залежності від змістового наповнення освітньої компоненти, остаточно визначитися до якого циклу вона відноситься.

В цілому, загальне дуже позитивне враження від освітньо-наукової програми третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг», яку розроблено в Державному університеті телекомуникацій.

Рецензент:

Декан факультету економіки і менеджменту,  
професор кафедри маркетингу та логістики  
Сумського національного аграрного університету.

д.е.н., проф. Лишченко Маргарита Іванівна

ЗАСВІДЧУЮ  
ПРОВІДНИЙ ФАХІВЕЦЬ

*Боло Р.І.*



Маргарита ЛИШЕНКО