

**Review of the educational program "Marketing"**  
**of the Department of Economics, Marketing and Entrepreneurship**  
**of Luhansk Taras Shevchenko National University (Poltava)**  
**for the preparation of first (bachelor) level higher education applicants**

The war in Ukraine poses extraordinary challenges not only to its society and economy, but also to the educational sphere. A worthy answer to such challenges can be given by the implementation of the European experience in training modern specialists. The reviewed program gives reason to note that its developers sufficiently understand the values of European experience, know and possess the practices of training really necessary specialists, in particular, marketers.

This conclusion stems from the cooperation since 2015 of the Faculty of Management of the University of Lodz, which includes the Department of Marketing, with the Department of Economics, Marketing and Entrepreneurship of the Luhansk Taras Shevchenko National University (two of the developers of the program while teaching academic disciplines at the University of Lodz for Polish and foreign bachelor's and master's students actively studied the European experience of organizing and implementing educational activities).

The program clearly prescribes its purpose, orientation, main focus, features and uniqueness. The introduction of public relations, marketing communications, and industrial enterprise marketing into the program should be supported. Work programs in academic disciplines are based on the principles of marketing management.

In order to improve the program (2022 entry year), we would propose the following measures: introduction of a new discipline "Internet marketing" and enrichment of disciplines with analysis of the adaptation of the experience of the European Union according to the problems of specific disciplines.

On the whole, the training of bachelor marketers under this program corresponds to the approaches and practices of the modern European educational sphere. Marketing students of the Luhansk Taras Shevchenko National University are ready for academic mobility programs at universities of the European Union, in particular - at the University of Lodz, and its graduates can apply for employment competitions in organizations and enterprises of European countries.

The reviewed Program deserves approval and is recommended for further proceedings.

**Dean, dr hab., professor UŁ**

BZIEKAN  
WYDZIAŁU ZARZĄDZANIA  
UNIwersytetu Łódzkiego

**TOMASZ CZAPLA**

*dr hab. Tomasz Czapla, prof. UŁ*

**Рецензія на освітню програму «Маркетинг»  
кафедри економіки, маркетингу та підприємництва  
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Полтава)  
для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня**

Війна в Україні висуває надзвичайні виклики не тільки перед її суспільством, економікою, а й перед освітньою сферою. Гідну відповідь на такі виклики може дати імплементація європейського досвіду підготовки сучасних фахівців. Рецензована програма дає підстави відмітити, що її розробники достатньою мірою розуміють цінності європейського досвіду, знають і володіють практиками підготовки дійсно необхідних фахівців, зокрема – і маркетологів.

Такий висновок впливає зі співпраці з 2015 року факультету менеджменту Лодзінського університету, до структури якого належить і кафедра маркетингу, з кафедрою економіки, маркетингу та підприємництва Луганського національного університету (двоє з розробників програми під час викладання навчальних дисциплін в Лодзінському університеті для польських і іноземних студентів та магістрантів активно вивчали європейський досвід організації й провадження освітньої діяльності).

Програма чітко прописує її мету, орієнтацію, основний фокус, особливості та унікальність. Слід підтримати введення в програму навчальних дисциплін зі зв'язків з громадськістю, маркетингових комунікацій та маркетингу промислового підприємства. Робочі програми з навчальних дисциплін ґрунтуються на засадах маркетинг-менеджменту.

З метою вдосконалення програми (рік вступу 2022) ми б пропонували такі заходи: введення нової дисципліни «Інтернет-маркетинг» та насичення дисциплін аналізом адаптації досвіду Європейського Союзу за проблематикою конкретних дисциплін.

Загалом, підготовка маркетологів-бакалаврів за даною програмою відповідає підходам і практикам сучасної європейської освітньої сфери. Студенти-маркетологи Луганського національного університету імені Тараса Шевченка готові до проходження програм академічної мобільності в університетах Європейського Союзу, зокрема – і в Лодзінському університеті, а його випускники можуть претендувати на проходження конкурсів з працевлаштування в організаціях і підприємствах країн Європи.

Рецензована Програма заслуговує на схвалення та рекомендується для подальшого провадження.

**Декан, доктор хабілітований,  
професор Лодзінського університету**

DZIEKAN  
WYDZIAŁU ZARZĄDZANIA  
UNIwersytetu Łódzkiego  
  
dr hab. Tomasz Czaplá, prof. UL

**ТОМАШ ЧАПЛЯ**